

STRATEGI KOMUNIKASI BERBASIS AKUN TWITTER @SepakbolaSleman DALAM MENJALANKAN FUNGSI MEDIA SEBAGAI EDUKASI

THE TWITTER ACCOUNT-BASED COMMUNICATION STRATEGY @SepakbolaSleman IN CARRYING OUT MEDIA FUNCTIONS AS EDUCATION

Oleh: Imam Nur Prasetya, 14419144016, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta
imamnurp@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah (1) mengetahui strategi komunikasi berbasis akun Twitter @SepakbolaSleman dalam menjalankan fungsi media sebagai edukasi, (2) mengetahui faktor pendukung akun Twitter @SepakbolaSleman dalam menjalankan fungsi sebagai media edukasi. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya, validasi data dilakukan dengan triangulasi sumber data. Analisis data dilakukan melalui tahap-tahap reduksi data, penyajian data, kesimpulan atau verifikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi dilakukan dengan tiga tahapan. (1) khalayak dilakukan dengan membaur dengan supporter PSS Sleman dan berdiskusi atau berbalas *mention*. (2) menyusun pesan pada *tweet* dengan lugas dan bahasa yang bersahabat, desain visual kreatif, dan selalu berusaha bersifat netral. (3) menetapkan metode dilakukan dengan cara repetisi dan menempatkan dirinya sebagai bagian supporter PSS Sleman Faktor-faktor pendukung dari strategi komunikasi yang diterapkan adalah (1) kemudahan mendapat koneksi internet (2) banyaknya pengguna Twitter di kalangan supporter PSS Sleman (3) Hubungan baik antara Sleman Football dan klub PSS Sleman (4) supporter PSS Sleman memiliki keinginan dalam mengakses info terkait klub.

Kata kunci: Strategi komunikasi, Edukasi, PSS Sleman, Akun Twitter @SepakbolaSleman

Abstract

The purpose of this study are (1) to understand the Twitter account-based communication strategy @SepakbolaSleman in carrying out media functions as education, (2) to understand the factors supporting Twitter account @SepakbolaSleman in carrying out functions as an educational medium. This study using descriptive qualitative methods. @Sepakbolaleman, and PSS Sleman supporters. Data were collected through interview and content analysis; validated with triangulation of data sources; and analysed through the stages of data reduction, data presentation, conclusions or verification. The results of the study exhibit that communication strategies are carried out in three stages: (1) getting to know the audience is done by engaging with PSS Sleman supporters and discussing or responding to mentions, (2) composing straightforward, creative visual designs, and neutral tweets, (3) establishing methods done by repetition and by positioning themselves as supporters. Supporting factors are (1) the ease of accessing the internet (2) the number of Twitter users among PSS Sleman supporters (3) a good relationship with the PSS Sleman club (4) PSS Sleman Supporters interested to acces information abaout club.

Keywords: Communication strategy, PSS Sleman, education, Twitter account @SepakbolaSleman

PENDAHULUAN

Sepak bola merupakan salah satu cabang olahraga yang paling banyak dimainkan sehingga memiliki jumlah penggemar yang besar. Sepak bola tidak hanya olahraga yang paling digemari, tetapi juga merupakan produk yang sangat fenomenal (Irpani, 2014: 9). Sepak bola dikenal sebagai “permainan yang indah” (*beautiful game*), karena tidak hanya mengandalkan otot namun juga kecerdikan pemain di atas lapangan hijau dalam mengolah bola (Junaedi, 2017: 65).

Salah satu klub sepak bola adalah PSS (Perserikatan Sepak Bola Sleman). PSS Sleman lahir pada Kamis Kliwon tanggal 20 Mei 1976 semasa periode kepemimpinan Bupati Drs. KRT. Suyoto Projosuyoto. PSS didirikan pada awalnya karena mereka senang dengan sepak bola (pss-sleman.co.id, 2015). Warna hijau menjadi identitas bagi klub yang bemarkas di Stadion Maguwoharjo ini. PSS Sleman pernah menjuarai dua kompetisi di kasta kedua persepakbolaan Indonesia. Pertama pada tahun 2013 menjuarai Divisi Utama PT Liga Prima Indonesia Sportindo (LPIS) dan tahun 2018 Liga 2 Indonesia .

Sebagai olahraga yang populer, sepak bola terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi. Dari segi peraturan permainan dan alat-alat pendukung dalam menyelenggarakan pertandingan sepak bola mengalami peningkatan kualitas. Internet membuat dunia sepak sepakbola menjadi semakin komersil dan memiliki keterjangkauan yang luas.

Kehadiran internet memanjakan para penikmat sepak bola dimana sekarang pertandingan dapat ditonton dimanapun dan kapanpun karena pertandingan yang berlangsung dapat diputar ulang bahkan disimpan. Sebuah klub di Inggris dapat memiliki jutaan penggemar di Asia, dan di belahan dunia yang lain. Ini menjadikan sebuah klub sepakbola memiliki banyak basis pendukung.

Setiap klub pasti memiliki satu atau lebih kelompok suporter. Slemania dan *BCS (Brigata Curva Sud)* adalah dua basis suporter pendukung setia PSS Sleman. Dimanapun PSS berlaga kedua basis suporter ini selalu mangawal dan menemani. Slemania berdiri pada tanggal 22 Desember tahun 2000 sedangkan BCS lahir 10 tahun kemudian.

Daerah Istimewa Yogyakarta adalah provinsi yang memiliki beberapa klub didalamnya, semenjak PSS Sleman naik ke Divisi Utama Liga Indonesia pada tahun 2000 menjadikan PSIM Yogyakarta kehilangan dominasinya. Perlahan namun pasti masyarakat Kabupaten Sleman mulai beralih mendukung PSS Sleman sebagai klub asli daerah ketimbang PSIM Yogyakarta. Terlebih ketika Persiba Bantul naik ke kasta yang sama menjadikan publik Daerah Istimewa Yogyakarta terpecah menjadi tiga kubu dalam menyalurkan dukungan.

Setiap laga kandang berlangsung di Stadion Maguwoharjo selalu ramai dihadiri para pendukung PSS Sleman. Pada pertandingan persahabatan sekaligus ajang *launching jersey* melawan PSIR tercatat penonton yang hadir sebanyak lebih dari 23.600 orang. Sedangkan pada pertandingan pertama Liga 2 2018 melawan PSMP jumlah penonton berjumlah 22.000 orang ([instagram.com/PSSleman](https://www.instagram.com/PSSleman), 2018).

Antusias yang besar dari masyarakat khususnya pendukung PSS Sleman menjadikan klub ini sering diliput oleh media. Pada musim 2018 beberapa pertandingan PSS Sleman mendapat kesempatan untuk ditayangkan secara live di TV nasional. Selain itu mulai digunakannya media sosial oleh operator liga membuat postingan mengenai PSS Sleman selalu ramai. Koneksi antar jaringan melalui komputer atau lebih populer disebut dengan internet memberikan pilihan bagi khalayak tidak hanya dalam mencari dan mengkonsumsi informasi semata, tetapi khalayak juga bisa memproduksi informasi itu (Nasrullah, 2014: 2).

Berbagai media sosial populer digunakan dalam dunia sepakbola seperti Facebook, Instagram, Twitter bahkan website. Twitter menjadi media sosial yang paling diminati dalam dunia sepak bola. Sebuah artikel pada laman football-tribe.com, disebutkan bahwa media Twitter merupakan sarana yang efektif untuk menjangkau penggemar klub Bundesliga terutama yang berada di luar Jerman. Selain bersifat real time, penggunaan hastag menjadikan informasi yang dicari lebih mudah.

Tingkat popularitas klub sepak bola dapat diukur dari seberapa banyak followers Twitter yang ada. Real Madrid menjadi klub nomor satu dalam hal followers terbanyak

dengan 27,6 juta. Peringkat dua Barcelona dengan 25,5 juta followers. Manchester United dengan 15,8 juta followers berada di peringkat ke tiga (jateng.tribunnews.com, 2017). PSS Sleman sendiri memiliki followers Twitter yang cukup banyak dengan 203 ribu (twitter.com, 2018). Hal ini membuktikan bahwa Twitter menjadi media sosial yang cukup populer di kalangan pendukung PSS Sleman.

Suporter PSS Sleman yang tergabung dalam berbagai komunitas juga tidak ketinggalan dalam memiliki akun media sosial Twitter. Beberapa akun Twitter yang cukup populer antara lain adalah BCS (@BCSxPSS_1976), Slemania (@SIH_Slemania), Elja TV (@elja_tv), Elja Radio (@elja_radio) Selain keempat akun di atas, terdapat satu akun Twitter yang cukup menarik yaitu *Sleman Football* (@SepakbolaSleman). Pada 13 Mei 2018 akun Twitter @SepakbolaSleman memiliki 63.700 *followers* dan telah menuliskan 20.700 *tweet*. Akun @SepakbolaSleman memiliki keunikan dimana konten-konten yang ada diproduksi dengan baik dan menarik serta orisinal hasil karya dari akun tersebut.

Sebuah unggahan di media sosial dewasa ini memiliki pengaruh dalam kehidupan sehari-hari. Unggahan yang bernada negatif dapat mempengaruhi sikap dan cara pandang suporter. Momentum terburuk dari kekerasan yang melibatkan suporter sepak bola adalah kerusuhan yang terjadi di Stadion Heysel, Brussel Belgia pada bulan Mei 1985. Kerusuhan ini terjadi saat final Liga Champions antara Juventus (Italia) melawan Liverpool (Inggris) yang menyebabkan meninggalnya 78 jiwa (Junaedi, 2017: 15).

Persepakbolaan Indonesia sendiri semenjak penyatuan kompetisi Galatama dengan kompetisi Perserikatan ke dalam satu format kompetisi yang dinamakan Liga Indonesia pada pertengahan dekade 1990-an menjadikan konflik antarsuporter semakin membesar. Konflik antarsuporter yang awalnya lintas provinsi bergeser lintas kota dalam provinsi karena semakin menjamurnya klub daerah (Junaedi, 2017: 39).

Tindakan pencegahan dirasa menjadi salah satu cara yang tepat untuk meminimalisir terjadinya konflik antarsuporter. Edukasi menjadi salah satu solusi dalam melakukan pencegahan mendasar pada diri suporter. Contoh konflik yang cukup menyita perhatian

adalah meninggalnya seorang remaja berusia 16 tahun, Stanialus Gadang Biswara. Ia mendapatkan luka bacokan di kepala setelah dikeroyok oleh salah satu kelompok suporter bola di Daerah Istimewa Yogyakarta pada 22 Mei 2016.

Arus informasi yang begitu deras dan mudah diakses menjadikan berita betrokan atau kerusuhan yang melibatkan suporter cepat menyebar. Seperti pada kasus di atas informasi yang cepat menyebar melalui media sosial membuat massa berkumpul dengan cepat. Media dalam hal ini menunjukkan sisi negatifnya dimana berperan dalam menyebarkan kebencian sehingga berujung dengan bentrokan yang terjadi.

Akun Twitter @PSSleman sebagai representasi klub PSS Sleman di dunia maya kurang menunjukkan peranya dalam merespon fenomena atau kejadian yang sedang terjadi berkaitan dengan suporter. Dilihat dari tweet yang ditulis oleh akun @PSSleman, informasi yang diberikan bersifat formal dan kurang menyentuh suporter.

Keingintahuan suporter PSS Sleman dan hausnya akan informasi yang berkaitan dengan klub menjadikan banyaknya berita bertebaran tentang PSS Sleman di beberapa akun Twitter yang kebanyakan bersifat anonim. Keberadaan komunikasi dan informasi pada situasi dan era apa pun merupakan suatu kebutuhan dasar individu maupun komunitas sesuai ketersediaan sarana komunikasi (Broto, 2014: 2).

Melihat fenomena ini dan berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul Strategi Komunikasi Berbasis Akun Twitter @SepakbolaSleman Dalam Menjalankan Fungsi Media Sebagai Edukasi.

METODE PENELITIAN

Metode atau teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2015: 224).

1. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya-jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan (dua orang atau lebih), bertatap muka, dan mendengarkan secara langsung informasi-

informasi atau keterangan-keterangan dari narasumber (Narbuko dan Achmadi, 2013: 83). Bentuk wawancara yang digunakan adalah wawancara semi-terstruktur. Wawancara semi-terstruktur memiliki beberapa ciri antara lain: (a) Pertanyaan terbuka, namun ada batasan tema dan alur pembicaraan. (b) Fleksibel, tetapi terkontrol. Pertanyaan yang diajukan bersifat fleksibel, tergantung situasi-kondisi serta alur pembicaraan. (c) Ada pedoman wawancara. (d) Tujuan wawancara adalah untuk memahami suatu fenomena (Herdiansyah, 2010: 123). Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan narasumber Ketua Tim Sleman Football, admin akun Twitter @SepakbolaSleman dan followers dari akun Twitter @SepakbolaSleman.

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2015: 240) Teknik dokumentasi dilakukan dengan cara mencari dan mengarsipkan tweet dari akun Twitter @SepakbolaSleman yang dirasa relevan dengan penelitian ini. Peneliti menggunakan tweet yang ditulis oleh akun Twitter @SepakbolaSleman maupun retweet dari followers.

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2015: 102). Berdasarkan metode penelitian yang digunakan, instrumen dalam penelitian ini adalah pedoman wawancara, dan pedoman dokumentasi. Wawancara dilakukan menggunakan pedoman pertanyaan yang telah peneliti buat. Dokumentasi diambil dari tweet akun @SepakbolaSleman dalam kurun waktu September 2017 sampai Oktober 2018.

TEKNIK ANALISIS DATA

Menurut Sugiyono (2015: 244), analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Berikut ini adalah tahapan yang harus

dilakukan dalam teknik analisis data model interaktif menurut Miles & Haberman:

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya. Semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit (Sugiyono, 2015: 247). Untuk itu maka perlu dicatat dan diteliti untuk kemudian dipilih data yang sesuai dengan tema penelitian yaitu strategi komunikasi berbasis akun Twitter @SepakbolaSleman dalam mendukung suporter PSS Sleman.

2. Penyajian Data

Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. penyajian data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar katagori, flowchart dan sejenisnya (Sugiyono, 2015: 249). Dalam penelitian ini data disajikan dalam bentuk uraian singkat yang diperoleh dari sumber data primer maupun sumber data sekunder.

3. Kesimpulan atau Verifikasi

Kesimpulan dalam rangkaian analisis data kualitatif menurut model interaktif yang dikekmukakan oleh Miles & Haberman masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

PSS Sleman adalah salah satu klub sepak bola di Indonesia yang memiliki basis suporter besar. Hal ini terbukti dengan selalu penuhnya Stadion Maguwoharjo ketika PSS Sleman bertanding. Tidak peduli dari kalangan kelas rendah, menengah, atas, agama dan ras yang berbeda, para suporter bisa bersatu dalam lingkup yang lebih besar, yaitu klub yang digemarinya. Adanya fanatisme terhadap klub itulah yang kemudian mewujudkan adanya rasa solidaritas (Chusnuddin, 2016: 82).

Suporter telah menjadi sisi lain yang menarik dalam dunia sepak bola selain permainan di lapangan itu sendiri. Julukan pemain keduabelas seakan menegaskan peran penting suporter dalam sebuah pertandingan. Sebuah klub sepak bola yang sukses pasti memiliki basis suporter yang loyal. Suporter PSS Sleman adalah salah satu suporter yang selalu hadir ketika klub bertanding baik kandang maupun tandang.

Perkembangan teknologi yang pesat telah menciptakan alat berkomunikasi dan bersosialisasi baru bernama sosial media. Sosial media merupakan wadah untuk bersosialisasi secara daring. Dewasa ini hampir semua orang mempunyai akun media sosial. Selain itu media sosial juga menjadi alat untuk menyebarkan informasi. Pengguna dapat dengan mudah mengakses dan mencari informasi yang diinginkan. Suporter sepak bola dapat dengan mudah mencari informasi mengenai klub yang didukungnya melalui berbagai pilihan sosial media yang ada. Salah satu dari sosial media yang paling populer di kalangan suporter sepak bola adalah Twitter.

Menurut Sulianta (2015: 39), Twitter merupakan jejaring sosial microblog, dinamakan demikian karena pembatasan jumlah karakter tweet-nya. Media komunitas Sleman Football memilih Twitter menjadi salah satu media mereka karena sifatnya yang realtime. Selain itu alasan lainnya adalah pengguna Twitter di Sleman juga cukup banyak terutama suporter PSS Sleman. Hal ini menjadi pertimbangan tersendiri bagi Sleman Football dalam memilih Twitter sebagai salah satu saluran.

Menurut Arifin (1984: 58), strategi adalah keputusan kondisional yang berhubungan dengan tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Jadi dalam merumuskan strategi komunikasi, selain diperlukan perumusan tujuan yang jelas, juga harus memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak. Tercapainya tujuan pesan dari komunikator sangat bergantung pada bagaimana strategi komunikasi dibuat.

Untuk menciptakan komunikasi yang efektif, langkah pertama adalah mengenal khalayak dan juga menciptakan persamaan kepentingan kedua belah pihak. Adanya kesamaan kepentingan antara komunikator dan komunikator menjadikan komunikasi yang ada semakin mendalam dan tercipta perasaan saling

membutuhkan. Sleman Football sebagai media komunitas lahir dari orang-orang yang cinta terhadap PSS sangat mengenal khalayak dari suporter PSS Sleman. Hal ini dikarenakan anggota Sleman Football sendiri merupakan bagian dari suporter PSS Sleman. Kepentingan yang ingin diraih juga sama, ingin membawa dan melihat PSS Sleman berprestasi di dunia persepakbolaan. Kesamaan kepentingan disini menjadikan suporter PSS Sleman menerima keberadaan akun Twitter @SepakbolaSleman dengan baik. Penjelasan diatas sesuai dengan teori strategi komunikasi yang diungkapkan Arifin (1984: 58). Langkah awal dalam proses dalam menyusun strategi komunikasi adalah dengan mengenal khalayak terlebih dahulu. Mengenal khalayak adalah langkah awal sebelum kita menyusun isi pesan. Khalayak yang sudah dipetakan akan membantu dalam proses menyusun isi pesan nantinya.

Akun Twitter @SepakbolaSleman dalam mengenal khalayak yang menjadi sasaran utama, melakukan dua cara, yang pertama adalah membaur dengan suporter PSS Sleman. Dengan membaur dengan khalayak yang akan dituju menjadikan komunikator mengerti dan paham dengan baik bagaimana keadaan khalayak. Dengan begitu diharapkan akan mempermudah menyusun langkah berikutnya dalam membuat strategi komunikasi. Membaur merupakan cara yang efektif dan akurat dalam mengenal khalayak. Dengan berada di antara khalayak itu sendiri akan secara langsung bersinggungan dan menjadi bagian dari mereka.

Cara kedua adalah berdiskusi atau berbalas mention di Twitter dengan suporter PSS Sleman. Berdiskusi adalah cara yang cukup efektif dalam mengetahui seperti apa pola pikir yang ada pada diri khalayak. Berbagai pandangan dan pendapat dapat muncul dalam sebuah sesi diskusi. Secara tidak langsung kalimat dan pendapat yang keluar dari khalayak akan mencerminkan secara garis besar seperti apa pribadi orang tersebut. Harapannya setelah diketahui seperti apa pola pikir dari khalayak, strategi yang dipilih dapat diterima dengan baik.

Akun Twitter @SepakbolaSleman selalu menulis tweet mereka dengan lugas dan bahasa ringan sehari-hari. Informasi yang diberikan juga bersifat realtime dan berbobot dari segi isinya. Followers tidak merasa sedang digurui atau membaca tweet yang kaku. Selain itu dalam menarik perhatian followers-nya, akun Twitter @SepakbolaSleman memiliki

divisi desain visual yang sangat kreatif. Divisi ini berperan penting dalam setiap unggahan yang berupa gambar dan video. Unggahan dari akun Twitter @SepakbolaSleman menjadi tidak monoton dan lebih menarik.

Dalam menyusun pesan, ada rumus klasik bernama AIDA (adoption process), yaitu Attention, Interest, Desire, Decision dan Action. Akun Twitter @SepakbolaSleman mencoba menerapkan inti dari rumus AIDA ini. Membangkitkan perhatian (Attention) dilakukan oleh akun Twitter @SepakbolaSleman dengan selalu memberikan artikel dan konten baik gambar maupun video yang berhubungan dengan PSS Sleman. Keberadaan konten ini menjadikan khalayak tertarik untuk selalu memantau dan mengakses akun Twitter @SepakbolaSleman.

Menumbuhkan minat dan kepentingan (Interest) akan tumbuh seiring dengan selalu update-nya unggahan akun Twitter @SlemanFootball. Suporter PSS Sleman dikenal selalu haus akan informasi mengenai klub PSS Sleman. Keberadaan akun Twitter @SlemanFootball memberikan suporter PSS Sleman apa yang dibutuhkan. Secara tidak sadar minat atau hasrat tersebut akan muncul dengan sendirinya.

Setelah khalayak memiliki hasrat (Desire) untuk menerima pesan yang dirangsangkan oleh komunikator (akun Twitter @SepakbolaSleman), maka akan mudah dalam menanamkan nilai-nilai edukasi. Diantara artikel-artikel dan unggahan yang ada, akun Twitter @SepakbolaSleman mencoba menyelipkan ajakan, himbuan dan segala informasi yang bertujuan mengedukasi suporter PSS Sleman. Pada akhirnya harapan dari akun Twitter @SepakbolaSleman adalah para suporter akan mengambil keputusan (Decision) untuk mengamalkannya dalam tindakan (Action).

Isi pesan yang menarik perhatian adalah pesan yang memuat pemenuhan kebutuhan pribadi dan kelompok (personal needs dan social needs). Orang melakukan komunikasi karena desakan pemenuhan needs tersebut. Salah satu contoh dari unggahan akun Twitter @SepakbolaSleman yang banyak menarik perhatian followers adalah live tweet saat pertandingan dan statistik pasca pertandingan. Suporter PSS Sleman yang tidak bisa menyaksikan pertandingan biasanya akan memantau jalannya pertandingan melalui tweet

ini. Pada akhirnya followers akan merasa bahwa dalam mengakses akun Twitter @SepakbolaSleman merupakan kebutuhan pribadi mereka.

Hal lain yang mempengaruhi ketertarikan khalayak menurut Wilbur dalam Arifin (1984: 63) adalah availability (mudah diperoleh) dan contrast (Kontras). Media sosial Twitter dipilih karena mudah diakses dan memiliki keterjangkauan yang luas. Di era sekarang masyarakat memang lebih menggemari sesuatu yang bersifat digital dan mudah dalam mendapatkannya. Oleh karena itu media komunitas Sleman Football berfokus pada platform digital yang populer digunakan.

Akun Twitter @SepakbolaSleman menjadi akun yang kontras atau mencolok diantara akun-akun yang membahas seputar PSS Sleman. Konten yang dimiliki oleh akun Twitter @SepakbolaSleman lebih bervariasi, menarik dan orisinal hasil dari tim Sleman Football. Selain itu dari segi isi artikel, Sleman Football lebih rapi dan memiliki sumber yang valid atau data yang mendukung.

Arifin (1984: 64) menyatakan bahwa dalam menentukan tema dan materi atau isi pesan, dikenal dua bentuk penyajian permasalahan yaitu yang bersifat: one side issue (sepihak) dan both side issue (kedua belah pihak). Akun Twitter @SepakbolaSleman selalu berusaha bersifat netral dalam setiap permasalahan dan isu yang ada. Opini dari berbagai sudut pandang selalu berusaha dihadirkan dengan cara me-retweet beberapa mention yang dapat mewakili dari opini tersebut. Harapannya dengan memberikan berbagai sudut pandang suporter PSS Sleman dapat memilih dan memilah mana yang menurut mereka tepat.

Salah satu metode efektif dalam penyampaian pesan kepada khalayak adalah dengan metode diulang-ulang (redudancy). Menurut Arifin (1984: 64) manfaat dari metode ini antara lain bahwa khalayak akan lebih memperhatikan pesan itu dan tidak akan mudah melupakan hal penting yang disampaikan. Seperti yang dilakukan akun Twitter @SepakbolaSleman dalam menghimbau dan mengajak followers. Pengulangan selalu dilakukan dalam situasi dan kondisi tertentu. Ajakan yang dilakukan selalu diulang agar tercapai tujuan yang diinginkan.

K. Berio dalam Arifin (1984: 67) mengungkapkan teorinya Interference theory of

empathy menjelaskan bahwa komunikator mengandaikan diri bagaimana kalau ia berada dalam posisi sebagai komunikan. Tujuan dari dilakukan hal tersebut adalah agar khalayak merasa bahwa komunikator mewakili dirinya dan merasa memiliki pemikiran yang sama.

Akun Twitter @SepakbolaSleman tidak meninggalkan jati diri mereka sebagai suporter, oleh karena itu tweet yang diunggah juga banyak yang seperti suporter pada umumnya. Akun Twitter @SepakbolaSleman menempatkan dirinya sebagai suporter PSS Sleman yang tidak condong ke salah satu kubu, jadi followers dapat merasakan kesamaan dalam hal pandangan. Hasil dari membaaur dengan suporter menjadikan akun Twitter @SepakbolaSleman paham dengan baik seperti apa yang diinginkan atau dipikirkan khalayak.

Dalam dunia komunikasi, metode penyampaian pesan menurut bentuk isinya dikenal dengan metode-metode: informatif, persuasif, edukatif, dan koersif (Arifin, 1984: 58). Metode informatif diaplikasikan akun Twitter @SepakbolaSleman dengan selalu memberikan informasi dan artikel-artikel seputar klub PSS Sleman. Unggahan pada akun Twitter @SepakbolaSleman selalu ramai dikunjungi oleh khalayak. Update berkala yang dilakukan akun Twitter @SepakbolaSleman selalu dinanti oleh followers.

Metode persuasif dilakukan oleh akun Twitter @SepakbolaSleman dengan cara mengunggah tweet berupa ajakan dan himbauan. Contoh tweet yang diunggah berupa ajakan untuk tertib berlalu lintas dan menghargai pengguna jalan lain. Biasanya tweet ini akan diunggah menjelang pertandingan atau setelah pertandingan. Selain itu dalam beberapa kasus, akun Twitter @SepakbolaSleman mengingatkan pentingnya kedewasaan suorter dalam menyikapi isu atau situasi yang ada. Gesekan dalam dunia suporter memang tidak bisa dihindari, namun sikap dewasa dan mawas diri adalah kunci untuk mewujudkan perdamaian di dalam dnia suporter.

Metode edukatif dilakukan akun Twitter @SepakbolaSleman dengan cara selalu mengingatkan suporter PSS Sleman terkait dengan kritik dan saran yang dilontarkan. Banyak suporter yang mengkritik klub dengan sembarangan tanpa disertai alasan dan solusi. Akun Twitter @SepakbolaSleman mangajak suporter untuk lebih cerdas dalam melontarkan

kritik dengan cara berdiskusi dan menulis artikel. Berdiskusi dilakukan dengan berbalas mention, sedangkan menulis artikel dilakukan dengan mengirimkan tulisan kepada Sleman Football.

Diskusi adalah bentuk dan cara yang dilakukan oleh akun Twitter @SepakbolaSleman dalam menjaring aspirasi dan opini-opini terkait dengan permasalahan atau isu yang ada. Suporter PSS Sleman diajarkan untuk melontarkan opininya dengan santun dan tidak berdasarkan emosi. Penulisan artikel dari suporter diharapkan dapat membuat mereka kritis namun disalurkan dengan cara yang elegan.

Akun Twitter @SepakbolaSleman mengemas setiap tweet dengan bahasa yang ringan sehingga tidak terkesan menggurui. Terkadang dalam melakukan upaya edukasi diselipkan dalam candaan atau dibuat dalam bentuk visual agar menarik. Data yang diberikan berupa statistik pertandingan maupun performa pemain membuat suporter PSS Sleman dapat melihat bagaimana perkembangan klub kesayangannya. Harapannya dengan adanya data ini, suporter PSS Sleman ikut memantau dan tidak dibutakan oleh loyalitas dan fanatisme.

Banyak suporter yang bergabung dalam mendukung PSS Sleman karena melihat dari citra suporter PSS yang baik. Citra ini terbentuk dari kesadaran suporter terkait dengan kegiatan yang dilakukan suporter akan berdampak pada klub. Contoh dari kedewasaan suporter PSS adalah dengan selalu membeli tiket dalam menyaksikan pertandingan dan saling mengingatkan dalam ketertiban saat pertandingan. Musim 2018 suporter PSS Sleman sangat janrang terlihat melakukan perlemparan benda kedalam lapangan. Jika ada pelemparan maka suporter yang didekatknya akan menegur dengan keras.

Akun Twitter @SepakbolaSleman selalu mencontohkan bagaimana menjadi suporter sepak bola yang dewasa dan cerdas. Hal ini dapat dilihat dalam menanggapi berita atau isu yang ada dengan tidak tergesa-gesa. Akun Twitter @SepakbolaSleman memberikan informasi terkait perkembangan tim selalu menunggu akun Twitter official PSS terlebih dahulu. Diharapkan dengan menunggu unggahan resmi dai akun official PSS, info yang disampaikan dapat dipertanggung jawabkan. Akun Twitter @SepakbolaSleman dalam

menanggapi unggahan bernada negatif dan provokatif juga selalu bersikap tenang atau bahkan diajak berdiskusi terkait dengan isi unggahan tersebut. Harapannya dengan menjadi contoh baik bagi suporter PSS Sleman, mereka dapat mengikuti dan bersikap lebih dewasa

Tingkat keberhasilan dari tujuan pesan yang disampaikan oleh akun Twitter @SepakbolaSleman menjadi semakin besar ketika ada faktor-faktor yang mendukung dibelakangnya. Faktor-faktor tersebut yang pertama adalah kemudahan mendapat koneksi internet. Internet pada masa sekarang adalah hal yang mudah ditemui. Ponsel pintar adalah barang wajib untuk dimiliki oleh semua orang. Faktor ini mempermudah bagi tim Sleman Football dalam mengunggah konten dan bagi khalayak dalam mengaksesnya.

Faktor yang kedua adalah banyaknya pengguna Twitter di kalangan suporter PSS Sleman. Twitter merupakan salah satu media sosial paling digemari oleh suporter sepak bola. Banyak akun-akun komunitas suporter sepak bola dari berbagai klub di dunia. Suporter PSS sendiri dikenal sangat aktif dalam media sosial ini. Faktor ini menjadi landasan bagi media komunitas Sleman Football dalam memilih Twitter sebagai salah satu media sosial yang digunakan.

Faktor ketiga adalah adanya hubungan baik antara Sleman Football dan klub PSS Sleman. Dalam memproduksi konten berita maupun artikel, kemudahan dalam memperoleh sumber data merupakan hal yang penting. Media komunitas Sleman Football dari awal berdiri selalu menjalin komunikasi yang baik dengan klub PSS Sleman. Faktor ini menjadikan media komunitas Sleman Football mudah dalam mendapatkan data dan informasi guna menulis berita maupun artikel.

Faktor yang terakhir adalah adanya keinginan dari pihak suporter dalam mengakses akun-akun Twitter yang membahas seputar PSS Sleman. Suporter PSS Sleman gemar mencari informasi dan berita seputar klub baik di media cetak maupun digital. Keempat faktor tersebut saling mendukung dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh akun Twitter @SepakbolaSleman.

Temuan peneliti menunjukkan bahwa strategi berbasis akun Twitter @SepakbolaSleman merupakan pilihan efektif dalam proses pengiriman pesan atau informasi kepada suporter PSS Sleman. Apa yang menjadi

tujuan dari pesan yang disampaikan oleh akun Twitter @SepakbolaSleman diterima dengan baik oleh suporter PSS Sleman. Selain itu, tercapainya kesepahaman antara akun Twitter @SepakbolaSleman dengan khalayak dalam menafsirkan isi pesan tersebut.

Peneliti juga menemukan beberapa followers akun Twitter @SepakbolaSleman mengakses website Sleman Football melalui unggahan di Twitter. Perlu diketahui bahwa media komunitas Sleman Football memiliki website yang berisi artikel-artikel yang ditulis baik oleh tim Sleman Football sendiri maupun suporter PSS. Artikel terbaru biasanya akan diunggah link-nya di akun Twitter @SepakbolaSleman, followers kemudian mengakses link tersebut untuk diteruskan ke laman website Sleman Football.

Akun Twitter @SepakbolaSleman dalam melakukan edukasi dapat diterima dengan baik oleh suporter PSS Sleman. Kedua suporter yang menjadi narasumber sepakat bahwa akun Twitter @SepakbolaSleman menjadi akun yang memberikan pengaruh positif bagi suporter PSS Sleman. cara yang digunakan dianggap efektif dan dapat diterima oleh suporter PSS Sleman.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan penelitian mengenai Strategi Komunikasi Berbasis Akun Twitter @SepakbolaSleman Dalam Menjalankan Fungsi Media Sebagai Edukasi, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Komunikasi Berbasis Akun Twitter @SepakbolaSleman Dalam Menjalankan Fungsi Media Sebagai Edukasi

- a. Mengetahui Khalayak

Dalam mengetahui khalayak yang dituju, ada dua cara yang dilakukan oleh akun Twitter @SepakbolaSleman. Pertama adalah membaaur dengan suporter PSS Sleman. Dengan membaaur dengan khalayak yang akan dituju menjadikan komunikator mengerti dan paham dengan baik bagaimana keadaan khalayak. Kedua adalah berdiskusi atau berbalas mention suporter PSS Sleman. Berdiskusi adalah cara yang cukup

- efektif dalam mengetahui seperti apa pola pikir yang ada pada diri khalayak.
- b. Menyusun Pesan
Akun Twitter @SepakbolaSleman menulis tweet mereka dengan lugas dan bahasa yang bersahabat. Dalam menarik perhatian followers-nya, akun Twitter @SepakbolaSleman memiliki divisi desain visual yang sangat kreatif. Akun Twitter @SepakbolaSleman selalu berusaha bersifat netral dalam setiap permasalahan dan isu yang ada.
Pemahaman yang baik terhadap khalayak dari akun Twitter @SepakbolaSleman membuat pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Selain itu sifat netral dan ketidakberpihakan juga menjadi daya tarik bagi para followers.
 - c. Menetapkan Metode
Akun Twitter @SepakbolaSleman dalam menghimbau dan mengajak followers dilakukan dengan diulang-ulang (repetisi) agar tercapai tujuan yang diinginkan. Akun Twitter @SepakbolaSleman tidak meninggalkan jati diri mereka sebagai supporter. Akun Twitter @SepakbolaSleman menempatkan dirinya sebagai supporter PSS Sleman yang tidak condong ke salah satu kubu. Selain itu diterapkannya tiga metode (informatif, persuasif, dan edukatif) dengan baik membuat followers merasa tertarik dan tumbuh hasrat untuk selalu mengikuti unggahan akun Twitter @SepakbolaSleman.
2. Faktor-faktor pendukung akun Twitter @SepakbolaSleman dalam menjalankan fungsi sebagai media edukasi
Dalam melaksanakan strategi komunikasi berbasis akun Twitter @SepakbolaSleman dalam menjalankan fungsi media sebagai edukasi, terdapat beberapa faktor yang mendukung. Faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut.
- a. Kemudahan mendapat koneksi internet
Hampir semua orang memiliki smartphone sehingga dalam mengakses internet menjadi mudah.
 - b. Banyaknya pengguna Twitter di kalangan supporter PSS Sleman
Supporter PSS Sleman banyak yang memiliki akun Twitter dan aktif menggunakannya. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya akun komunitas dan akun pribadi yang membahas PSS Sleman.
 - c. Hubungan baik antara Sleman Football dan klub PSS Sleman
Hubungan yang baik ini mempermudah tim Sleman Football dalam mencari data atau berita terkait dengan klub PSS Sleman.
 - d. Keinginan dari pihak supporter dalam mengakses akun-akun Twitter yang membahas seputar PSS Sleman.
Supporter PSS Sleman gemar mencari informasi dan berita seputar klub baik di media cetak maupun digital.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Achmadi, Abu & Narbuko, Cholid. (2013). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT BumiAksara
- Andi, Prastowo. 2011. *Memahami Metode Penelitian: Suatu Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media
- Arifin, Anwar. (1984). *Strategi Komunikasi*. Bandung: CV. Amrico
- Broto, Gatot S. Dewa. (2014) *The PR: Tantangan Public Relations di Era Keterbukaan Informasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Cangara, H. Hafied. (2014). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Chusnuddin, Ahmad Arif. (2016). *Sepak Bola 2.0*. Yogyakarta. Fandom
- Fahmi, Abu Bakar. (2011). *Mencerna Situs Jejaring Sosial*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo

Ihsan, Fuad. (2001). *Dasar-Dasar Kependidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Irpani, Edi (2014). *Fenomena Gila Bola*. Bandung: Oasebuku.

Herdiansyah, Haris. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika.

Junaedi, Fajar. (2017). *Merayakan Sepak bola: Fans, Identitas, dan Media Edisi 2*. Yogyakarta: Fandom & Buku Litera Yogyakarta

Mulyana, Dedi. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*. Jakarta: Kencana

Ngalimun. (2017). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

Siswoyo, Dwi. (2008). *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta. UNY Press

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet

Sukandarrumidi. (2002). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press

Sulianta, Feri. (2015). *Rahasia Berbisnis ala Sosial Media*. Yogyakarta: CV. Andi Offset Tirtarahardja, Umar & Sulo. 2005. *Pengantar Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Utomo, Wisnu Prasetya. (2016). *Sepak Bola 2.0*. Yogyakarta. Fandom

Jurnal:

Suharyanto, Agung. (2016). *Surat Kabar Sebagai Salah Satu Media Penyampaian Informasi Politik pada Partisipasi Politik Masyarakat*. Universitas Medan, Medan, p-ISSN:2088-527x e-ISSN:2548-7787

Skripsi:

Hapsari, Annisa Nindya. (2013). *Strategi Komunikasi Komunitas Hijab Bekasi Untuk Menarik Minat Anggota Baru*. Banten. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Isnaini, Aina Maryama. (2012). *Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Corporate Communication PT. XL AXIALTA, Tbk. Central Region Bandung*. Universitas Padjadjaran. Bandung,

Internet:

PSS-sleman.co.id. (2015). Diambil Pada Tanggal 3 Februari 2018 Dari

<https://PSS-sleman.co.id/category/history>

Instagram.com. (2018). Diambil Pada Tanggal 3 Februari 2018 Dari

https://www.instagram.com/p/Bhk_EAYIZYs/?hl=en&taken-by=PSSleman

Instagram.com. (2018). Diambil Pada Tanggal 3 Februari 2018 Dari

<https://www.instagram.com/p/BiGpRrpFUBE/?hl=en&taken-by=PSSleman>

Liputan6.com. (2016). *Kronologi Bentrok Suporter di Sleman yang Tewaskan Seorang Remaja*. Diambil Pada Tanggal 4 Februari 2018 Dari

<https://www.liputan6.com/regional/read/2513194/kronologi-bentrok-suporter-di-sleman-yang-tewaskan-seorang-remaja>

Football-tribe.com. (2018). *Klub Bundesliga dan Twitter: Cara Efektif Membina Hubungan Intim dengan Suporter*. Diambil Pada Tanggal 4 Februari 2018 Dari

<https://football-tribe.com/indonesia/2018/01/15/bundesliga-dan-Twitter/>

Jateng.tribunnews.com. (2018). *Ini Klub-Klub Sepak bola yang Memiliki Jumlah Followers Terbanyak di Media Sosial*. Diambil Pada Tanggal 5 Februari 2018 Dari

<http://jateng.tribunnews.com/2017/11/18/ini-klub-klub-sepak-bola-yang-memiliki-jumlah-followers-terbanyak-di-media-sosial?page=all>

Twitter.com. (2018). Diambil Pada Tanggal 5 Februari 2018 Dari

<https://Twitter.com/PSSleman?lang=en>

LEMBAR PENGESAHAN JURNAL

Judul : Strategi Komunikasi Berbasis Akun Twitter @SepakbolaSleman Dalam Menjalankan Fungsi Media Sebagai Edukasi

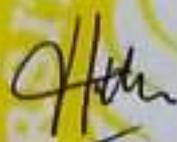
Nama : Imam Nur Prasetya

NIM : 14419144016

Yogyakarta, 25 Januari 2018

Reviewer

Dosen pembimbing,



Dyna Herlina S., M.Sc
NIP. 19810421 200501 2 001



Dr. Suranto, M. Pd., M. Si.
NIP. 19610306 198702 1 004

Rekomendasi Pembimbing (mohon lingkari salah satu):

1. Dikirim ke Journal Student
2. Dikirim ke Journal Informasi
3. Dikirim ke Journal Lain