**PENGELOLAAN TWITTER DEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PADA KOMUNITAS FANDOM ID YOGYAKARTA**

**OLEH :**

**LINDA RAMADHAN**

**MAYA SEKAR WANGI**

**BUDDY RIYANTO**

***ABSTRACT***

*The community is on one of these social media Fandom ID formed in april 2015, consists of the internet users who often keep a journal (blogging) about football that can be received and read by followers Fandom id. The main goal of peneltian to describe the management of twitter as a communication media on the community of fandom. Study of the theory used is a social media management consists of planning, activation, and surveillance as well as optimization.*

*Methods a descriptive qualitative approach uses, the type of data used the data of the secondary data and prime. The technique of determination of the informants using purposive sampling, data collection is done with the interview and documentation. As for the data analysis technique used to use descriptive qualitative analysis.*

*Based on the results of the analysis of the obtained conclusions that the management of Twitter as a communication medoa basically covers three things, namely planning, activation and monitoring, and optimization. The planning undertaken fandom hold meetings and evaluation every day and make a strategy of what to do to enable the target readership (traffic). Activation and subsequent supervision of fandom can accept Disclaimer and remove a twitt judged unsuitable, fandom had already ruled the football field could therefore filter which should be shared and which ones are unnecessary. Additional activation and supervision after the last optimization. optmalisasi covers all processes where Besides doing a meeting and evaluation of the fandom do editing that can be viewed from google trend of what is being discussed and many become trending on twitter at that moment. In conclusion the management of twitter as a communication medium in fandom id quite effective because its spread through twitter a very real time and easy to read at any time by the followers (follower) of fandom. Management via the medium of twitter can also invite the follower to keep active and participate to discuss what is currently crowded discussed. In addition this fandom is always accountable management of content produced by displaying the name of the name of the Manager.*

*Keywords: Media, Community, Twitter, Planning, Monitoring, Optimisation Of Activation.*

**PENDAHULUAN**

Media dan teknologi saat ini telah memberikan kita untuk memperoleh informasi dan gagasan baru. cara baru untuk berinteraksi dengan teman dan orang asing, dan cara baru untuk mempelajari dunia, identitas kita di masa depan. Jutaan orang saat ini berinteraksi melalui apa yang disebut sebagai *cyberspace,* yaitu sebuah dunia yang menghubungkan komputer dan internet. Media baru jelas sangat cepat untuk memberikan sebuah interaksi. lebih efisien, lebih murah, dan lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi *ter-update* Melalui media baru. *social* media menjadi sebuahmedia yang kehadiran nya membuat perubahan besar dalam penyampaian pesan.

Fenomena *Twitter* di indonesia dengan mengusung tema micro-blogging dan social networking ini bisa menjadi tempat dimana kita bisa berbagi secara personal, bisnis maupun info dan sebagainya dengan sistem *always update.* Komunitas yang ada di media social salah satunya adalah FANDOM ID yang terbentuk pada bulan april 2015 ini beranggotakan para pengguna internet yang sering membuat jurnal (blogging) tentang sepak bola yang dapat diterima dan dibaca oleh followers FANDOM ID itu sendiri. Di era teknologi informasi seperti saat ini, tidak ada hambatan bagi siapapun untuk membangun sebuah media. Hanya bermodalkan jaringan internet, kita bisa dengan mudah membuat blog dan media sosial gratisan, FANDOM ID salah satunya.

Banyak media komunitas selain FANDOM ID di twitter saat ini yang sama sama menujukkan ke popularitasan nya, yaitu dengan membuat portal berita mengenai sepak bola yang secara bersamaan membangun sebuah komunitas. Portal berita sepak bola yang ada di Twitter selain FANDOM ID salah satunya, yaitu :

1. Panditfootball.com (@Panditfootball) Panditfootball.com yang berdiri pada tahun 2011 ini sama sama membangun sebuah komunitas di media twitter, portal berita ini memiliki follower sebanyak 146 ribu pengikut.
2. Bolanet (@Bolanet) Bolanet yang memiliki 1,1 juta follower ini berdiri pada tahun 2009. Bolanet adalah sebuah situs Entertainment terbesar di indonesia yang mengupas informasi secara aktual, tekstual dan visual seputar sepak bola indonesia maupun internasional.
3. InfoOlahraga.net (@infosuporter) Infosuporter adalah website yang memberikan penyajian seputar berita olahraga indonesia maupun internasional dan akan melakukan pembahasan melalui kacamata suporter atau fans ini memiliki follower sebanyak 812 ribu.
4. Mysupersoccer (@my\_supersoccer) mysupersoccer adalah fanpage yang menyajikan berita lengkap khusus untuk para pecinta sepak bola indonesia selain itu akun ini menyajikan info tentang bola update 24 jam, dan jadwal-jadwal lengkap siaran sepakbola dan link streaming. Akun ini Memiliki follower sebanyak 815 ribu.
5. Sambernyawa.com (@sambernyawacom) Sambernyawacom yang memiliki 22 ribu follower ini adalah situs untuk pecinta sepakbola di kota solo. Sebuah situs yang selalu memberikan berita update dan hangat terutama tentang klub kebanggaan suporter Pasoepati yakni Persis Solo dan beberapa kilas berita sepak bola Nasional maupun Internasional.

Fandom id sendiri memiliki 22 ribu follower. media komunitas yang tidak hanya sekedar membuat tulisan dan menyebarkan ke media twitter ini mempunyai konten dimana komunitas ini mengadakan forum diskusi. Fandom id secara bersama-sama melakukan edukasi kepada siapapun yang sedang mengelola media komunitas guna bersedia mempertanggungjawabkan konten yang diproduksi. Salah satunya dengan memajang nama-nama pengelola. Fandom id bisa menerima sanggahan ketika ada mereka yang tak setuju dengan pemberitaan terhadap berita yang dimuat. Pedoman tersebut bukan untuk membatasi kreativitas, justru sebaliknya, bisa menjadi payung hukum bagi redaksi media komunitas ketika melakukan kerja-kerja jurnalistik. Tidak ada hal-hal yang memberatkan untuk memahami dan melakukan yang diamanatkan. Bahkan, pedoman tersebut bisa bermanfaat untuk media komunitas yang tidak memiliki legalitas hukum. Ada banyak media komunitas yang hanya berusia kurang dari satu tahun, karena pengelolaanya kehabisan nafas, kesulitas melakukan regenerasi, dan lain sebagainya. Oleh karenanya, ketika membangun media, anggaplah bahwa media itu serupa dengan adik atau anak. Rawatlah ia dengan penuh kasih dan berkorbanlah jangan sampai lenyap ditelan derasnya arus informasi.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis ingin meneliti mengenai bagaimana pengelolaan twitter sebagai media komunikasi pada komunitas FANDOM ID Yogyakarta.

Twitter merupakan *social media* yang menjadi salah satu alat berkomunikasi melalui jaringan internet yang sedang digandrungi oleh pengguna internet dan *social media* pada saat ini. Menurut Hadi, Twitter adalah sebuah situs web jejaring sosial berkonsep *microblog* yang memberikan fasilitas bagi pengguna untuk mengirimkan pembaharuan/*update* berupa tulisan teks dengan panjang maksimum 140 karakter melalui SMS, pengiriman pesan instant, surat elektronik, atau aplikasi seperti Twitterriffic dan Twitbin. Twitter didirikan pada Maret 2006 oleh perusahaan rintisan Obvious Corp.

Manajemen merupakan proses yang khas yang bertujuan untuk mencapai suatu tujuan dengan efektif dan efisien menggunakan semua sumber daya yang ada. Seperti yang dikemukakan oleh Rangkuti (2009: 10) bahwa manajemen adalah cara atau taktik untuk mencapai tujuan atau suatu perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan, termasuk taktik operasionalnya. Secara sederhana, strategi komunikasi dapat dirumuskan dengan mengkaji secara mendalam teori Lasswell yang mencakup: *Who? Says what? ln which channel? To whom? With what effect?* Untuk berkomunikasi secara tepat sesuai dengan media yang ada, dapat digunakan komunikasi tatap muka dan komunikasi dengan media.

**METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Secara harfiah penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud untuk membuat pencandraan (deskripsi) mengenai situasi-situasi atau kejadian dalam arti penelitian deskriptif adalah akumulasi data dasar dalam secara deskriptif semata-mata tidak perlu mencari atau menerangkan saling hubungan, mentets hipotesis, membuat ramalan, atau mendapatkan makna dan implikasi, walaupun penelitian yang bertujuan untuk menemukan hal-hal tersebut dapat mencangkup juga metode-metode deskriptif

Dalam penelitian ini penulis akan mendeskripsikan mengenai pengelolaan Twitter sebagai media komunikasi pada komunitas Fandom Id. Melalui penelitian, penulis berusaha menggambarkan dan menganalisa pengelolaan Fandom id yang meliput perencanaan, aktivasi pengawasan dan optimalisasi yang dimana Fandom id turut serta untuk mengkontribusikan literasi sepak bola di Indonesia.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Fandom merupakan komunitas yang ada di media sosial Fandom pada awalnya dipertemukan di jejaring sosial itu berbincang hangat seputar sepak bola. bagaimana dunia yang kita tinggali ini kini berkembang. Fandom Id yang terbentuk pada bulan april 2015 ini beranggotakan para pengguna internet yang sering membuat jurnal ( blogging ) tentang sepak bola yang dapat diterima dan dibaca oleh followers Fandom Id itu sendiri. Jika awalnya Fandom id sekedar mengelola website maka kini sudah jauh berkembang. Harapan untuk menjadi sarana edukasi perlahan tapi pasti mulai terwujud. Selain berkomunitas di media sosial, Fandom juga menyelenggarakan event offline, Hyperbola, diskusi sepakbola yang membahas banyak hal dengan menghadirkan jurnalis, penulis, hingga pelatih untuk jadi pembicaranya. Akses internet yang semakin cepat serta meluasnya jangkauan internet bahkan hingga ke pelosok sekalipun membuat media daring lebih mudah dan murah untuk dinikmati banyak orang, sebagian media cetak pun berlomba-lomba membuat media daring masing-masing. Mereka tak ingin kalah bersaing di dalam kolam yang baru. pada saat yang bersamaan, muncul pula pemain-pemain baru di dunia penyebaran informasi sepak bola. berbagai situsweb independen bermunculan. Mulai yang berupa blog gratisan hingga yang memanfaatkan layanan berbayar dari berbagai *provider*. Tema media-media independen itu pun beragam. Ada yang didedikasikan khusus untuk klub sepak bola tertentu, ada yang membahas taktik, ada yang berupaya mengahadirkan konten berita namun ada pula yang menampilkan *feature* itu saja yang lebih bersifat *timeless*.

1. **Deskripsi Hasil Penelitian**
2. **Pengelolaan Twitter atau media sosial sebagai media komunikasi.**

Media sosial atau *social media* menjadi fenomena yang makin mengglobal dan mengakar. Keberadaanya makin tidak bisa dipisahkan dari cara berkomunikasi antarmanusia. Media sosial telah menjadi bagian integral masyarakat modern. Bahkan beberapa jaringan sosial memiliki pengguna yang jumlahnya lebih banyak daripada populasi warga kebanyakan negara. Selalu saja ada ruang virtual yang begitu diminati oleh penggunanya. Ada akun-akun untuk berbagi foto, video, status terbaru, saling menyapa dan bertemu secara virtual.

1. **Analisis Hasil Penelitian**
2. **Pengelolaan Twitter atau media sosial sebagai media komunikasi.**

Pengelolaan twitter atau media sosial sangat diperlukan oleh sebuah media komunikasi agar pengelolaan atau media tersebut ini bisa menarik. Hal ini karena sebagai media alternatif yang berbasis komunitas fandom id bisa menjadi wadah untuk menuangkan ide dan narasi tentang sepak bola, baik ditingkat lokal maupun internasional, selain itu, juga menjadi sarana edukasi bagi sesama pecinta sepak bola.

Tanpa melakukan pengelolaan yang baik, maka bisa dipastikan suatu media alternatif yang berbasis komunitas akan kehilangan pembaca dan tidak akan tertarik terhadap komunitas itu sendiri.

Komunikasi adalah pertukaran informasi dan penyampaian makna yang merupakan hal utama dari suatu sistem sosial atau organisasi. Jadi komunikasi sebagai suatu “proses penyampaian informasi dan pengertian dari satu orang ke orang lain Dan satu-satunya cara mengelola aktivitas dalam suatu organisasi adalah melalui proses komunikasi”.

**PENUTUP**

1. **Kesimpulan**

Fandom id salah satu komunitas yang ada di media social ini beranggotakan para pengguna internet yang sering membuat jurnal (*blogging*) tentang sepak bola. Di era teknologi informasi seperti saat ini, tidak ada hambatan bagi siapapun untuk membangun sebuah media alternatif yang dimana menjadi wadah untuk menuangkan ide.

Pengelolaan Twitter sebagai media komunikasi pada dasarnya meliputi tiga hal yaitu perencanaan, aktivasi dan pengawasan, dan optimalisasi.

Perencanaan yang dilakukan Fandom mengadakan rapat dan evaluasi setiap hari dan membuat strategi apa yang harus dilakukan untuk mengaktifkan target jumlah pembaca (*traffic*) *.* Selanjutnya aktivasi dan pengawasan Fandom bisa menerima sanggahan dan menghapus *twitt* yang dinilai tidak sesuai, Fandom sudah menguasai bidang sepakbola oleh karena itu bisa memfilter mana yang harus dibagikan dan mana yang tidak perlu. Tambahan lagi setelah melakukan aktivasi dan pengawasan yang terakhir optimalisasi. Optimalisasi mencakup semua proses yang dimana selain melakukan rapat dan evaluasi Fandom melakukan editing yang bisa melihat dari google trend apa yang sedang ramai diperbincangkan dan menjadi trending di Twitter pada saat itu.

Sebagai kesimpulan pengelolaan twitter sebagai media komunikasi pada komunitas Fandom id cukup efektif karena penyebaran nya melalui twitter yang sangat real time dan mudah dibaca kapan saja oleh pengikut fandom ( *follower* ) . Pengelolaan melalui media twitter pun bisa mengundang para *follower* untuk senantiasa aktif dan berpartisipasi membahas apa yang sedang ramai diperbincangkan. Selain itu pengelolaan fandom ini selalu mempertanggungjawabkan konten yang diproduksi salah satunya dengan memajang nama-nama pengelola.

1. **Saran**

Sebagai kesimpulan meskipun telah melakukan pengelolaan yang baik dan optimal tidak ada salahnya peneliti mencoba memberikan sedikit saran agar komunitas dapat melakukan pengelolaan dengan lebih baik.

* 1. Akan tetapi masih ada yang harus diperbaiki dari Fandom untuk lebih berhati-hati ketika menyiapkan berita atau memberi pernyataan di saluran yang dikelola Kekeliruan pemberitaan atau berita yang provokatif bisa menimbulkan pertikaian antarsuporter di kehidupan nyata.
  2. Lebih giat untuk mencari informasi informasi sepakbola yang sedang ramai diperbincangkan agar follower tidak bosan untuk mengikuti dan tetap menjadi konten yang bisa memberi ide.
  3. Tetap menjadi wadah untuk komunitas yang bisa menerima kritik dan saran serta konsistensi menyajikan konten yang disebut dengan jurnalisme sejuk.

**DAFTAR PUSTAKA**

Effendy, Onong Uchjana. 1992. *Hubungan Masyarakat, Suatu Studi Komunikasi.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Effendy, Onong Uchjana.1979. *Human Relations dan Public Relations dalam Manajemen.* Bandung: Alumni

Kasali, Rhenald. 1994. *Manajemen Public Relations, Konsep dan Aplikasinya di Indonesi.* Jakarta: Erlangga.

Muhammad, Arni. 1995. *Komunikasi Organisasi.* Jakarta: Bumi Aksara.

Tjiptono, Fandy. 1996. *Strategi Bisnis & Manajemen.* Yogyakarta: Andi.

H.B. Sutopo. 2002. *Pengantar Penelitian Kualitiatif*. UNS Press. Surakarta.

Jumroni, Suhaimi. 2006. *Metode-metode Penelitian Komunikasi.* UIN Press. Ciputat.

Lexy J. Moleong. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Lexy J. Moleong. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.

Burton, G. 2005. *Media dan Society, Critical Perspectives.* New York: Open University Press.

Fuchs, C. 2008. *Internet and Society, Social Theory In The Information Age.* Madison Ave*,* NY:Routledge.