

**MANAJEMEN PEMBERITAAN DAN PENGELOLAAN SUMBER DAYA MANUSIA  
MEDIA KOMUNITAS SUPORTER SEPAK BOLA PSS SLEMAN “SLEMAN  
FOOTBALL”**

**(Studi Kasus Manajemen Pemberitaan dan Pengelolaan Sumber Daya Manusia Media  
Komunitas Suporter Sepak Bola PSS Sleman “Sleman Football”)**

**Yusuf Harfi**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Muhammadiyah Yogyakarta Jalan Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, D.I.Yogyakarta  
55183. Email: [yusuf.harfi@yahoo.com](mailto:yusuf.harfi@yahoo.com)

**ABSTRACT**

*Sleman Football, a community media based supporters of the PSS Sleman football club, is one of the community media that is able to maintain its existence amid challenges and obstacles as a community media. This study aims to determine the management model of news and management of human resources in Sleman Football community media with a theoretical framework of media management, management functions, community media and citizen journalism.*

*This research method is a case study with a type of qualitative research. Data analysis was obtained from the interviews of one of the founders who was also the editor in chief of the Sleman Football and supported by the observation method.*

*The community media of the Sleman Football has implemented a management function including planning: establishing a vision and mission strategies and achieving goals, organizing: forming a structure and division of labor, implementing: directing technical direction in the news coverage process, and controlling: advanced evaluation and planning.*

*This research is expected to be a model for the community of football supporters in Indonesia in order to establish and manage their community media.*

**Keywords: news management, community media, supporters**

## **ABSTRAK**

Sleman Football, media komunitas berbasis suporter klub sepak bola PSS Sleman menjadi salah satu media komunitas yang mampu menjaga eksistensinya di tengah tantangan dan hambatan sebagai media komunitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model manajemen pemberitaan dan pengelolaan sumber daya manusia media komunitas Sleman Football dengan kerangka teori manajemen media, fungsi manajemen, media komunitas dan jurnalisme warga.

Metode penelitian ini berupa studi kasus dengan jenis penelitian kualitatif. Analisis data diperoleh dari hasil wawancara salah satu pendiri yang juga pemimpin redaksi media komunitas Sleman Football dan didukung metode observasi.

Media komunitas Sleman Football telah menerapkan fungsi manajemen meliputi perencanaan: pembentukan visi misi dan strategi-strategi mencapai tujuan, pengorganisasian: pembentukan struktur dan pembagian kerja, pelaksanaan: pengarahan-pengarahan teknis redaksi dalam proses peliputan berita, dan pengendalian: evaluasi dan perencanaan lanjutan.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi komunitas suporter sepak bola di Indonesia dalam rangka membentuk dan mengelola media komunitasnya masing-masing

**Kata Kunci: manajemen pemberitaan, media komunitas, suporter**

HALAMAN PENGESAHAN

Naskah Publikasi dengan judul

Manajemen Pemberitaan dan Pengelolaan Sumber Daya Manusia Media Komunitas Berbasis  
Suporter Sepak Bola Klub PSS Sleman "Sleman Football"

Oleh

**Yusuf Harfi**

**20140530300**



## PENDAHULUAN

Sebagai salah satu konten berita, media massa yang mengangkat berita tentang sepak bola juga berkembang cukup pesat setelah era reformasi. Sepak bola sebagai salah satu cabang olahraga menjadi salah satu jenis berita yang paling digemari oleh pembaca. Berita-berita seputar olahraga sering dicari setiap hari baik di media cetak, digital, maupun daring.

Sebagai peristiwa yang memiliki nilai berita, jurnalisme olahraga terkenal dengan sebutan *'toy department', a bastion of easy living, sloppy journalism and 'soft' news*. Artinya bahwa berita olahraga bukanlah suatu berita yang berat melainkan berita yang halus, ringan, dan seperti permainan dalam perkembangannya (Boyle dalam Pramesthi, 2014:76).

Saat ini, hampir semua media di Indonesia, baik cetak, elektronik, maupun daring telah memiliki rubrik khusus yang membahas tentang olahraga. Walaupun dikategorikan berita yang tidak berat, olahraga membawa implikasi penting ke aspek lain. Olahraga memunculkan fanatisme dari komunitas tertentu yang berpengaruh

pada sebuah identitas (Prameshti, 2014: 78).

Di sisi lain, berkembangnya media secara pesat tidak dapat menjamin kebutuhan khalayak akan informasi terpenuhi. Media komunitas sebagai bentuk jurnalisme alternatif muncul dan berkembang untuk memenuhi kebutuhan informasi khalayak yang tidak tersampaikan melalui media arus utama. Jurnalisme alternatif dapat didefinisikan sebagai penyajian fakta, opini, dan narasi, dijiwai dengan sudut pandang yang kuat dan didistribusikan melalui sarana non-korporasi (Hazem, 2007:49).

Media komunitas memiliki kekuatan untuk mengurangi dominasi dan melawan ketergantungan informasi terhadap media arus utama. Deisy Kanal (2015) mengutip Fuch menjelaskan bahwa media alternatif dipandang sebagai alat yang ampuh untuk melawan berbagai gempuran dominasi di sekitar kita. Jurnalisme warga, kepemilikan yang dikelola sendiri, distribusi alternatif, dan penerimaan kritis menjadi kualitas-kualitas media alternatif yang diinginkan meski bukan saja kondisi-kondisi yang dibutuhkan. Hal tersebut didukung dengan partisipasi masyarakat

dalam distribusi informasi yang terus berkembang melalui jurnalisme warga (*citizen journalism*). Dengan demikian, media alternatif berperan mengakomodir pesan-pesan yang tidak terakomodir oleh media arus utama oleh suatu kelompok untuk kelompok/komunitasnya.

Eksistensi media alternatif di Indonesia dibentuk oleh kelompok-kelompok untuk mengakomodir informasi mengenai kelompoknya, tidak terkecuali pada kelompok suporter sepak bola. Kemunculan media komunitas berbasis suporter sepak bola menjadi salah satu contoh fenomena pemanfaatan media alternatif yang belakangan ini cukup berkembang di beberapa daerah di Indonesia yang menjadi basis kelompok suporter sepak bola seperti Yogyakarta, Solo, Surabaya dan lain-lain.

Sebagai salah satu olahraga populer di Indonesia, kehadiran kelompok suporter menjadi elemen yang penting dalam sepakbola. Suporter adalah pemain keduabelas yang dibilang paling fanatik dan antusias dalam membela klub yang dicintainya. Susah maupun senang, hati mereka melebur menjadi satu saat tim mereka berjuang meraih kemenangan. Inilah sepakbola yang

telah membuka mata mereka bak seperti pahlawan yang sedang berjuang dengan mengusung gengsi dan harga diri mereka dipertaruhkan di stadion hanya untuk menyandang gelar sang pemenang (Santoso dalam Junaedi, 2017:289).

Media-media komunitas berbasis suporter di Indonesia terus bermunculan seiring mudahnya akses media baru yang memudahkan distribusi komunikasi antar suporter. Beragam informasi seputar klub mulai dari informasi pertandingan, opini, hingga *feature* mengenai klub menjadi bahasan utama media komunitas yang dikelola suporter. Hal tersebut untuk merespon tidak terakomodirnya informasi sepak bola lokal oleh media arus utama. Meskipun media massa arus utama telah mengalokasikan rubrikasinya untuk sepak bola lokal, agaknya fans sepakbola di beberapa kota masih belum cukup mendapatkan informasi tentang klub mereka dari media arus utama (Junaedi dan Arifianto, 2017:391).

Di Yogyakarta, di mana geliat olahraga khususnya sepak bola cukup tinggi, beberapa media komunitas berbasis suporter sepak bola mulai bermunculan. *Sleman Football*

merupakan salah satu media komunitas yang dikelola oleh suporter klub PSS Sleman yang dibentuk untuk menjadi wadah informasi bagi kelompok suporter PSS Sleman. Selain itu, media komunitas *Sleman Football* menyediakan berbagai berita, artikel, hingga analisis pertandingan dan seluruh kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas sepakbola di Sleman. Sejak dibentuk pada tahun 2015 silam, media ini hadir dalam beberapa *platform* media baru.

Dalam waktu yang relatif singkat sejak awal dibentuk pada tahun 2013, eksistensi media *Sleman Football* telah cukup diperhitungkan di antara media-media komunitas serupa di Sleman, seperti media milik kelompok suporter Brigata Curva Sud, Elja TV, hingga media komunitas berbasis suporter di wilayah Yogyakarta lainnya seperti Kabar Mataram, Fortuna Zine, dan Bawah Skor. Eksistensi tersebut tidak dapat dilepaskan dari upaya yang konsisten dari pengelolaan media *Sleman Football* hingga bertahan sampai sekarang.

Tidak mudah untuk merawat media komunitas. Setiap komunitas memiliki karakteristiknya masing-masing dan

tantangan tersendiri agar medianya bisa eksis dan terus berkembang. Tidak ada satu formula yang bisa berhasil di satu tempat bisa berhasil pula ketika diterapkan di tempat lain (Hasbi, 2018:131).

Seperti halnya bagi media komunitas *Sleman Football* dan media komunitas berbasis suporter sepak bola lainnya yang telah memiliki eksistensi, mereka tetap memiliki tantangan dan dinamika dalam perjalanannya. Beberapa media komunitas berbasis suporter sepak bola tidak jarang menemui kevakuman dan bahkan harus berhenti beroperasi karena tidak mampu membangun dan mempertahankan konsistensinya dalam menyediakan informasi seputar klub.

Menanggapi fenomena tersebut, pemahaman tentang penerapan manajemen media menjadi penting dipahami oleh pengelola media komunitas, termasuk media komunitas yang dikelola oleh suporter. Kajian tentang manajemen media menjadi penting karena beragam teks media yang dikonsumsi oleh khalayak adalah hasil dari interaksi sejumlah besar pekerja media yang bekerja dalam organisasi

spesifik. Dengan demikian, khalayak dapat mengetahui dan menyadari bahwa teks media yang mereka konsumsi adalah hasil dari pergulatan dari berbagai pekerja media yang terlibat dalam manajemen media (Junaedi, 2017:16).

Penelitian terdahulu tentang media komunitas berbasis suporter sepakbola pernah dilakukan. Salah satunya oleh Fajar Junaedi dan Budi Dwi Arifianto yang diterbitkan dalam Buku Prosiding Mediamorfosa: Transformasi Media Komunikasi di Indonesia yang berjudul Berawal dari Kecintaan, Berproses dalam Media Komunitas Sepakbola: Menengok Manajemen Media Berbasis *Fans* Sepakbola (2017). Penelitian tersebut mendapatkan temuan bahwa media-media komunitas berbasis sepak bola di Indonesia khususnya di Yogyakarta dan sekitarnya memanfaatkan internet sebagai *platform*. Dari delapan media komunitas berbasis suporter sepak bola di Yogyakarta dan sekitarnya yang diteliti sebagian besar menggunakan *website* sebagai *platform* utama mereka, terkecuali media komunitas yakni Elja TV yang menggunakan *streaming* internet. Temuan lain dalam penelitian tersebut

menemukan bahwa media komunitas yang diteliti relatif masih memiliki permasalahan yang sama, yakni dalam hal pengelolaan manajemen pemberitaan dan pengelolaan sumber daya manusia yang terbatas.

Berbeda dengan penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini akan berfokus pada manajemen pemberitaan dan pengelolaan sumber daya manusia media komunitas yang dikelola oleh suporter PSS Sleman, yakni *Sleman Football*. Pemilihan *Sleman Football* sebagai objek penelitian dikarenakan media komunitas ini merupakan media komunitas berbasis suporter yang cukup memiliki eksistensi dan pengelolaan yang baik. Penelitian ini perlu dilakukan karena untuk mencari tahu bagaimana model pengelolaan media komunitas berbasis suporter yang nantinya dapat dikembangkan oleh media komunitas berbasis suporter lainnya di Indonesia.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan dalam kerangka penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Sebuah studi kasus adalah pendekatan penelitian di mana satu atau

beberapa contoh fenomena dipelajari secara mendalam (Given, 2008:68).

Studi kasus adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program, atau suatu situasi sosial. Peneliti studi kasus berupaya menelaah sebanyak mungkin data mengenai objek yang diteliti (Mulyana, 2006: 201).

Adapun informan dalam penelitian ini adalah pengelola media komunitas *Sleman Football* yang bertindak sebagai salah satu pendiri *Sleman Football*. Kriteria pemilihan informan ialah rang yang bertanggungjawab dalam mengambil setiap kebijakan atau keputusan redaksional media komunitas *Sleman Football*.

Untuk itulah dipilih Ardita Nuzulkarnaen yang kini merupakan pemimpin redaksi *Sleman Football*. Ia juga merupakan salah satu pendiri media komunitas *Sleman Football* sejak tahun 2015. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data dianalisis dengan tahap-tahap; reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan merangkum dan

mencatat hal-hal penting dari data yang telah terkumpul dari wawancara, observasi, dan dokumen. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian penjelasan mengenai manajemen redaksional media komunitas *Sleman Football*. Terakhir, peneliti akan mengambil kesimpulan terhadap data yang telah direduksi dan disajikan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

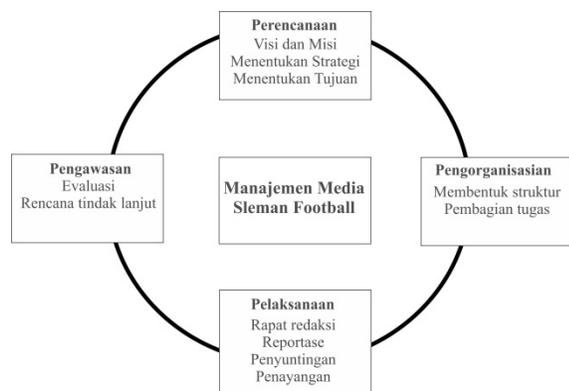
*Sleman Football* merupakan salah satu media komunitas yang dikelola oleh suporter klub PSS Sleman yang dibentuk untuk menjadi wadah informasi bagi kelompok suporter PSS Sleman. Selain itu, media komunitas *Sleman Football* menyediakan berbagai berita, artikel, hingga analisis pertandingan dan seluruh kegiatan yang berkaitan dengan PSS Sleman dan aktivitas-aktivitas sepak bola di Sleman. Sejak dibentuk pada tahun 2015 silam, media ini hadir dalam beberapa platform media baru dengan *website* sebagai format utama.

Media komunitas *Sleman Football* muncul berawal dari majalah cetak *Curvasud Magz* yang biaya cetaknya mahal sedangkan pemasukan yang diterima sedikit. Timpangnya pemasukan dan pengeluaran tersebut

mendorong pengelola untuk beralih ke media daring. Setelah beralih ke media daring, ceruk pasar *Sleman Football* menjadi lebih luas, tidak hanya sebatas suporter yang tergabung dalam Brigata Curva Sud, namun juga suporter PSS Sleman lainnya (*Focus Group Discussion*, 7 Juni 2017).

Secara garis besar, fungsi manajemen meliputi fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian (Robbins & Coutler dalam Adiputra, 2017:170).

Mengacu teori tersebut, manajemen pemberitaan media komunitas Sleman Football dapat dijabarkan sebagai berikut.



**Bagan 1. Fungsi manajemen media komunitas Sleman Football. Sumber: olahan peneliti.**

a. Perencanaan

Aktivitas perencanaan terdiri dari mendefinisikan sasaran, menetapkan

strategi, dan menyusun bagian-bagian rencana untuk mengoordinasikan sejumlah kegiatan.

Tahap perencanaan menjadi tahap-tahap pra peliputan yang meliputi kegiatan-kegiatan yang hendaknya dilakukan dan disiapkan sebelum melakukan peliputan berita. Perencanaan-perencanaan dibentuk untuk menyasar tujuan-tujuan yang ingin dicapai. Tahap perencanaan media komunitas Sleman Football dapat dijabarkan sebagai berikut.

**Menentukan visi dan misi dan analisis khalayak**

Visi dan misi merupakan tonggak dasar suatu organisasi untuk mencapai tujuan-tujuannya. Penentuan visi dan misi suatu media komunitas berbasis sepak bola sangat penting untuk mendefinisikan sasaran, penetapan strategi, dan menyusun rencana-rencana tindak lanjut. Di sinilah pondasi dasar diletakkan dalam kegiatan manajemen, yang juga berlaku dalam organisasi media. Perencanaan dalam media tentu disesuaikan dengan karakteristik media masing-masing (Robbins & Coutler dalam Adiputra, 2017:170).

Media komunitas Sleman Football dibentuk dengan visi untuk mengakomodir kebutuhan informasi tidak hanya bagi salah satu kelompok pendukung PSS Sleman saja, tetapi untuk semua kalangan suporter mengenai perkembangan seputar PSS Sleman dan aktivitas-aktivitas persepakbolaan di Sleman.

Seiring dengan semakin mudahnya akses teknologi informasi khususnya *website*, media daring dipilih menjadi strategi utama Sleman Football dalam menjangkau khalayak dengan platform utama berbentuk *website* dan didukung oleh media sosial seperti Instagram dan Youtube.

Standarisasi konten pun dipersiapkan dalam rangka menjaga kualitas konten sebelum sampai ke khalayak. Oleh karena itu, Sleman Football mempunyai misi untuk menyediakan informasi yang tidak sepotong-sepotong kepada khalayak dengan tidak berfokus mengejar penghasilan melalui iklan.

Sebagai forum komunitas, Sleman Football juga membuka ruang diskusi baik secara *online* maupun *offline*. Mereka membuka kesempatan bagi

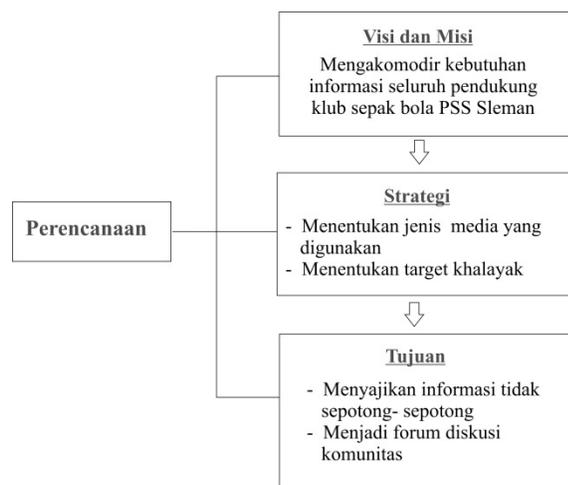
pecinta sepak bola Sleman untuk berkontribusi mengirimkan konten baik berupa tulisan maupun video kepada redaksi sebagai wadah untuk mengembangkan budaya literasi bagi komunitas.

Selain itu, menentukan target audiens (menganalisis khalayak) berdasarkan indikator tertentu menjadi penting bagi suatu media komunitas berbasis sepak bola. Meskipun secara prinsip media komunitas ditujukan kepada anggota komunitas, tetapi ada cakupan yang lebih khusus yang perlu ditentukan oleh redaksi media komunitas berbasis suporter sepak bola.

Menurut Kotler ada tiga tahap dalam menganalisis khalayak yaitu segmentasi, *targeting*, dan *positioning*. *Targeting* bisa diartikan sebagai target khalayak, yaitu persoalan bagaimana memilih, menyeleksi, dan menjangkau khalayak. Setelah khalayak dipilih, selanjutnya adalah bagaimana melakukan *positioning*, yaitu bagaimana untuk memasuki otak konsumen (Kotler dalam Morissan dalam Junaedi, 2014:139).

Dalam konteks media komunitas berbasis suporter sepak bola,

menganalisis khalayak tentu disusun dengan visi dan misi media komunitas itu sendiri dalam mencapai tujuannya, apakah membawa nama kelompok suporter tertentu atau hadir untuk seluruh kalangan suporter sebuah klub sepak bola. Semakin luas target khalayak yang disasar, maka semakin banyak aneka ragam konten informasi yang dapat diolah. Seperti halnya bagi Sleman Football, keputusan untuk beralih dari nama Curva Sud Magazine memiliki konsekuensi bahwa target sasaran mereka ialah seluruh suporter sepak bola PSS Sleman, bukan kelompok suporter tertentu. Dengan target tersebut, Sleman Football memposisikan diri sebagai media komunitas yang menaungi seluruh kelompok suporter PSS Sleman atau yang biasa disebut dengan Sleman Fans.



**Bagan 2. Tahap perencanaan media komunitas Sleman Football. Sumber: Olahan peneliti**

b. Pengorganisasian

Fungsi pengorganisasian dalam manajemen diartikan sebagai kegiatan-kegiatan penyusunan struktur organisasi dan sumber daya yang ada di organisasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Dalam media ada berbagai pekerjaan yang perlu diatur dalam struktur pembagian kerja. Pembagian kerja ini bisa dilakukan dengan berdasarkan pada divisi atau departemen yang dikelompokkan pada jenis atau bentuk pekerjaannya.

Langkah selanjutnya bagi media komunitas berbasis suporter sepak bola ialah menyiapkan Sumber Daya Manusia yang memiliki kompetensi khususnya dalam bidang redaksional.

Bagian redaksi mencerminkan idealisme dari media. Redaksi mengemban tugas untuk menjalankan visi dan misi media dalam pemberitaan (Junaedi, 2014:59).

Hal itu diimplementasikan dengan membentuk struktur redaksi yang fungsinya membagi pekerjaan-pekerjaan

secara sistematis kepada seluruh SDM media komunitas yang terlibat. Masing-masing media komunitas memiliki pembagian divisi yang berbeda-beda disesuaikan dengan tujuan media komunitas, kebutuhan media komunitas, dan sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang ada dengan batas-batas paparan pekerjaan yang jelas. Oleh karenanya, dibentuklah bagian redaksi.

Secara struktural, sebuah redaksi idealnya dipimpin oleh seseorang yang bertindak sebagai pemimpin redaksi. Pemimpin redaksi akan bertanggungjawab atas segala informasi yang sampai ke audiens. Ia bertugas memimpin perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi sebuah peliputan.

Di bawah pemimpin redaksi, baik penulis, fotografer maupun videografer menjadi ujung tombak redaksi dalam melakukan peliputan di lapangan. Mereka bertugas berdasarkan perencanaan-perencanaan yang telah ditentukan melalui rapat redaksi yang idealnya dilakukan secara berkala sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, terdapat pula kontributor yang mengirimkan tulisan dalam bentuk berita maupun kontributor yang mengirimkan artikel.

Kontributor yang mengirimkan artikel merupakan penulis lepas, umumnya mereka yang dinilai oleh redaksi memiliki kapasitas untuk menulis.

Pembagian tugas sangat membantu kinerja redaksional agar dapat bekerja secara efektif, serta menghindari terjadinya tumpang tindih pekerjaan satu orang dengan orang lainnya, apalagi dalam sebuah media komunitas berbasis suporter sepak bola yang biasanya tidak memiliki banyak SDM. Tahap-tahap pengorganisasian media komunitas Sleman Football dapat dijabarkan sebagai berikut.

### **Pembentukan Struktur Sleman Football**

Pengorganisasian Sleman Football diimplementasikan dalam pembentukan struktur keredaksian dengan membaginya dalam dua bagian yakni bagian redaksi (kepenulisan) dan bagian kreatif (foto dan video) yang dipimpin oleh masing-masing satu orang. Bagian redaksi dipimpin oleh seorang pemimpin redaksi yang kini dijabat oleh Ardita Nuzulkarnaen. Ia membawahi penulis, reporter, dan kontributor. Sedangkan bagian kreatif yang kini dipimpin oleh Aan Andrian membawahi fotografer,

videografer, dan desainer. Pembentukan struktur tersebut dibentuk berdasarkan kebutuhan media dan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki Sleman Football sebagai media komunitas yang notabene modal dan jangkauannya lebih kecil dibandingkan dengan media konvensional

### **Pembagian Kerja**

Setelah ada pembagian divisi, pembagian kerja menjadi mutlak dilakukan, maka dibuatlah deskripsi pekerjaan berisi paparan kerja yang harus dilakukan dan menjadi tanggungjawab setiap posisi di organisasi. Batas-batas paparan pekerjaan harus diatur secara detail dan bersifat operasional sehingga mudah dilakukan oleh individu yang berada dalam posisi masing-masing di organisasi.

Deskripsi paparan kerja redaksi Sleman Football dapat dijelaskan sebagai berikut

### **Redaksi**

#### **1. Pemimpin Redaksi**

Pemimpin redaksi bertanggungjawab secara penuh atas artikel yang

diterbitkan Sleman Football. Pemimpin redaksi memberikan pengarahan tentang topik artikel yang akan ditulis oleh penulis. Karena bertanggungjawab atas artikel yang akan diterbitkan, ia berhak melakukan kurasi artikel mana yang layak terbit atau tidak. Karena tidak adanya posisi editor di redaksi Sleman Football, pemimpin redaksi juga merangkap menjadi penyunting artikel-artikel yang telah ditulis oleh penulis.

#### **2. Penulis**

Penulis bertugas menulis artikel sesuai dengan arahan pemimpin redaksi, baik berupa berita, opini, atau analisis. Meskipun topiknya telah diarahkan, penulis diberikan keleluasaan untuk menulis dengan gaya penulisan sesuai dengan keinginannya selama tulisan tersebut tidak menyalahi aturan. Beberapa aturan yang harus dipatuhi penulis Sleman Football antara lain harus sesuai fakta, informatif, harus ada kutipan narasumber apabila tulisan berbentuk berita, dan tentunya tulisan tersebut tidak diperbolehkan bernada provokatif.

#### **3. Reporter**

Reporter ditugaskan untuk turun ke lapangan untuk mencari berita. Sleman Football sering menugaskan reporter baik saat pertandingan kandang di Stadion Maguwoharjo maupun saat pertandingan tandang ke luar kota. Dalam menjalankan tugasnya, reporter dibekali tanda pengenal serta peralatan pendukung dan tentunya uang saku apabila ditugaskan saat pertandingan tandang. Meskipun demikian, Sleman Football tidak selalu menugaskan reporter di setiap pertandingan tandang. Pertimbangan keamanan kadang membuat Sleman Football tidak menugaskan reporter saat bertandang ke luar Sleman.

#### 4. Kontributor

Sama halnya dengan penulis, kontributor dapat mengirimkan konten berupa tulisan kepada redaksi Sleman Football. Bedanya, kontributor dapat berasal dari luar pengelola tetap Sleman Football. Sleman Football membuka kesempatan bagi orang di luar pengelola untuk mengirimkan tulisannya kepada redaksi tentunya dengan proses kurasi sebelum diterbitkan.

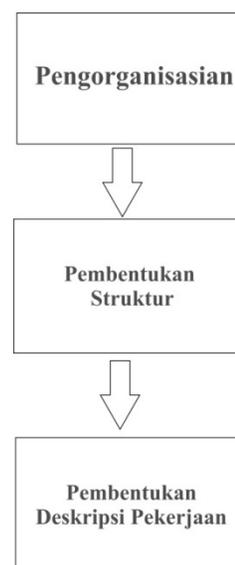
### B. Kreatif

#### 1. Videografer

Videografer bertugas merencanakan konten berupa video yang biasanya berbentuk video berita, wawancara, hingga video *after match* (per pertandingan). Sama halnya dengan tulisan, Sleman Football juga memiliki standarisasi video sehingga harus dipersiapkan secara profesional. Video tersebut dipublikasikan melalui akun Instagram maupun saluran Youtube Sleman Football bernama SF TV.

#### 2. Fotografer

Fotografer bertugas menyiapkan konten berupa foto yang biasanya digunakan untuk konten pendukung di *website* dan akun Instagram. Selain itu, foto juga dipersiapkan untuk mendukung grafis yang biasa ditampilkan di akun Instagram.



### c. **Pelaksanaan**

Secara struktural Sleman Football, pemimpin redaksi dan pemimpin bagian kreatif memberikan pengarahan kepada anggota redaksi saat rapat rutin maupun di luar rapat rutin berupa paparan-paparan pekerjaan yang harus diselesaikan dalam satu minggu. Pengarahan tersebut dapat berbentuk tertulis melalui grup WhatsApp, lisan melalui rapat, dan interaksi-interaksi di luar rapat.

Pengarahan dilakukan oleh pemimpin redaksi dan pemimpin bagian kreatif agar penugasan berjalan dengan baik dan sesuai dengan perencanaan yang telah disepakati dalam rapat mingguan. Pengarahan dilakukan baik melalui rapat, interaksi di kantor, ataupun melalui interaksi di grup WhatsApp. Karena berbentuk media komunitas, pengarahan-pengarahan pimpinan lebih bersifat tidak formal dan lebih luwes.

Dalam konteks media komunitas, pada tahap pelaksanaan sebuah berita diproduksi sebelum dipublikasikan ke khalayak. Tahap ini meliputi kegiatan-kegiatan yang hendaknya

dilakukan dan disiapkan saat hendak melakukan peliputan berita.

Berita adalah hasil akhir dari sebuah proses yang disebut dengan produksi berita. Proses produksi berita ini dilakukan oleh bagian redaksional. Bagian ini adalah bagian yang khusus mengurus pemberitaan di mana jajaran di dalamnya sangat memengaruhi peristiwa apa yang akan diliput serta peristiwa mana yang layak untuk dipublikasikan (Pramesti, 2014:68).

Tahap peliputan berita meliputi rencana-rencana strategis bersifat operasional yang akan dilakukan dalam mencari data untuk diolah sebagai konten sebelum dipublikasikan kepada khalayak.

#### a. **Rapat Redaksi**

Pelaksanaan proses peliputan diawali oleh redaksi melalui sebuah rapat yang bertujuan membahas tema-tema yang akan diangkat secara berkala. Rapat redaksi dipimpin oleh pemimpin redaksi dan diikuti oleh seluruh anggota redaksi dengan tujuan menyamakan persepsi tentang liputan apa yang akan diangkat dalam waktu ke depan.

Rapat redaksi akan menentukan peristiwa mana yang layak diliput atau tidak diliput, layak diberitakan atau tidak. Hal ini harus dilakukan karena tidak setiap kejadian bisa dikatakan berita jurnalistik. Untuk menentukannya, jajaran redaksional memiliki ukuran-ukuran tertentu yang disebut sebagai layak berita (Pramesti, 2014:69).

Ukuran-ukuran yang digunakan oleh redaksi Sleman Football dalam menentukan perencanaan berita antara lain: memiliki nilai berita (*news value*), ada kutipan narasumber untuk berita *straightnews*, dan adanya data yang cukup sesuai fakta.

Rapat redaksi dilaksanakan secara rutin sesuai dengan kebutuhan masing-masing media. Sleman Football melaksanakan rapat redaksi setiap satu minggu sekali untuk merumuskan pembagian tugas masing-masing anggota. Selain membahas perencanaan peliputan, rapat redaksi juga memiliki agenda untuk melaksanakan evaluasi liputan yang telah diselesaikan.

#### b. Reportase

Setelah perencanaan peliputan selesai dirancang, wartawan ditugaskan

untuk turun ke lapangan untuk melakukan reportase yang nantinya diolah menjadi berita sesuai dengan arahan pemimpin redaksi.

Data liputan yang telah didapat kemudian diolah sebagai berita sebagai bahan kasar (*raw material*). Proses produksi berita dimulai dengan pencarian fakta oleh reporter di lapangan. Pencarian fakta bisa dilakukan dengan banyak hal seperti observasi, wawancara, studi dokumentasi, dan sebagainya. Di lapangan ini lah, perpektif individu akan menentukan *angle* peristiwa sesuai dengan karakter masing-masing (Santana dalam Pramesti, 2014: 72).

Dalam penugasan ke lapangan, redaksi Sleman Football membebaskan wartawan untuk memproduksi berita sesuai dengan gaya atau *angle* yang ia kehendaki selama masih dalam koridor perencanaan redaksi.

Layaknya wartawan media konvensional, wartawan Sleman Football juga dibekali tanda pengenal untuk memudahkan akses ketika melakukan peliputan, seperti memasuki stadion. Selama melakukan proses liputan, pemimpin redaksi berperan

mengontrol dan melakukan pengendalian dengan memastikan perencanaan berjalan sesuai dengan rencana.

Dalam konteks media komunitas yang dikelola oleh suporter sepak bola, keamanan wartawan yang turun ke lapangan merupakan hal yang penting, sebab tidak jarang terjadi keributan dalam sebuah pertandingan sepak bola. Oleh karenanya, keselamatan wartawan juga hendaknya dipikirkan oleh redaksi apabila ditugaskan melakukan peliputan, terlebih pada pertandingan dengan sistem *away* (bertanding di kandang lawan). Di sisi lain, perlindungan bagi wartawan media komunitas tidak sekuat wartawan media konvensional yang dijamin oleh peraturan perundang-undangan.

Bagi Sleman Football, mereka memilih untuk mengambil tindakan preventif dalam menugaskan wartawan turun ke lapangan, apabila terlalu riskan, redaksi Sleman Football tidak akan menugaskan wartawan untuk meliput secara langsung di lapangan.

Setelah melakukan reportase, produksi berita akan dilakukan dengan konstruksi yang ada dalam diri wartawan

yang bertugas. Wartawan akan memproduksi berita sesuai dengan jenis yang diinginkan oleh redaksi yakni berita *hardnews* atau *feature/ soft news*.

Berita *Hardnews* menyangkut hal-hal penting yang langsung terkait dengan kehidupan pembacanya. Berita *hard news* ini biasa disebut berita *straightnews*. Berita ini memiliki kecenderungan berisi berita yang keras dan padat terkait isu-isu yang telah berkembang.

Sedangkan *feature news* berkaitan dengan kisah peristiwa yang menimbulkan kegemparan atau imaji-imaji (pencitraan). Kisah peristiwa didesain untuk menghibur masyarakat, namun tetap terkait dengan hal-hal yang menjadi perhatian atau mengandung informasi bagi khalayak berita. Berita-berita *feature news* biasanya akan mengupas lebih dalam sisi di balik narasumber berita misalnya pengalaman hidup, jati diri dan sebagainya. (Santana dalam Pramesti, 2014:72).

Berita berbentuk *hard news* dan *feature* merupakan dua jenis berita yang paling sering ditulis oleh media komunitas Sleman Football. Berita *hard news* biasanya ditulis dalam

menginformasikan berita seputar pertandingan PSS Sleman, sedangkan berita *feature* biasa ditulis dalam menginformasikan kisah-kisah pemain dan klub di luar pertandingan.

### c. Penyuntingan

Setelah wartawan yang ditugaskan dalam pencarian berita menyelesaikan tugasnya, langkah selanjutnya ialah mengirimkan berita tersebut kepada redaksi untuk melalui tahap penyuntingan.

Penulisan berita menuntut adanya kemampuan penyuntingan (*editing*) yang baik agar tidak banyak terjadi kesalahan penulisan yang akan menurunkan kualitas berita (Junaedi, 2014: 58).

Penyuntingan redaksional merupakan bagian dari aktivitas pengendalian yang bermaksud untuk meyakinkan bahwa perencanaan telah diselesaikan seperti yang telah direncanakan. Untuk itulah perlu adanya standar dan indikator penilaian untuk menilai apakah berbagai pekerjaan dalam fungsi-fungsi manajemen berjalan dengan baik. Penyuntingan berita idealnya dilakukan oleh seorang editor

yang memiliki kemampuan dalam hal penyuntingan.

Bagi Sleman Football, tugas penyuntingan berita berada di tangan pemimpin redaksi. Melihat keterbatasan SDM, pemimpin redaksi Sleman Football tidak hanya bertanggungjawab penuh untuk menentukan apakah konten berita yang telah disiapkan sudah memenuhi standar atau belum, tetapi juga berperan menyunting berita. Apabila belum memenuhi standar, pemimpin redaksi berhak untuk meminta perbaikan sebelum konten tersebut dipublikasikan.

Begitu pula dengan konten yang dikirimkan oleh penulis lepas di luar redaksi. Redaksi tentu melakukan seleksi terlebih dahulu sebelum menyeleksi konten yang masuk dari para penulis lepas yang ingin mengirimkan tulisan maupun videonya kepada redaksi Sleman Football.

Dalam melakukan penyuntingan berita, redaksi harus memiliki standar tersendiri berita seperti apa yang telah layak dipublikasikan. Bagi Sleman Football, standar konten layak terbit antara lain: kedalaman data, informatif, sesuai fakta, dan tidak mengandung

konten negatif atau yang bersifat provokatif.

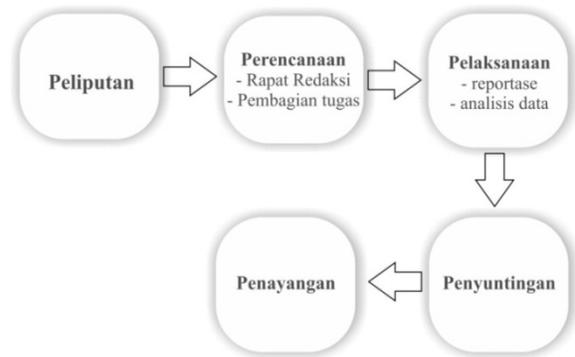
#### d. Penayangan

Setelah berita selesai disunting dan mendapatkan izin oleh pemimpin redaksi untuk terbit, maka berita yang telah disiapkan dapat diterbitkan sesuai dengan media yang digunakan. Oleh karena itu, penerbitan berita harus dengan sepengetahuan pemimpin redaksi. Bahkan, di Sleman Football, pemimpin redaksi lah yang langsung bertugas menerbitkan berita yang telah siap diterbitkan.

Konten berupa tulisan, foto, maupun video diterbitkan secara berkala setiap hari melalui media utama *website*. Konten tersebut diterbitkan berdasarkan rubrikasi yang telah ditentukan oleh redaksi. Pembagian rubrik yang telah ditentukan oleh Sleman Football meliputi rubrik analisis, berita, cerita, editorial, dan opini.

Selanjutnya, untuk meningkatkan jangkauan berita kepada khalayak, konten juga diterbitkan melalui media sosial yang telah diikuti oleh ribuan khalayak. Hingga saat ini media komunitas Sleman Football tengah

berupaya konsisten dalam penerbitan berita setiap hari, meskipun jumlah SDM yang bekerja masih dirasa kurang.



**Bagan 3. Tahap pelaksanaan media komunitas Sleman Football. Sumber: Olahan peneliti**

#### e. Pengendalian

Aktivitas pengendalian atau pengawasan terdiri dari memantau kegiatan untuk tujuan meyakinkan bahwa kegiatan tersebut diselesaikan seperti yang telah direncanakan. Untuk itulah perlu adanya standar dan indikator penilaian untuk menilai apakah berbagai pekerjaan dalam fungsi-fungsi manajemen berjalan dengan baik.

Fungsi pengendalian dilakukan bukan hanya di akhir proses manajemen, namun pada hakikatnya pengawasan melekat dilakukan sejak fungsi

perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan (Junaedi, 2014:46).

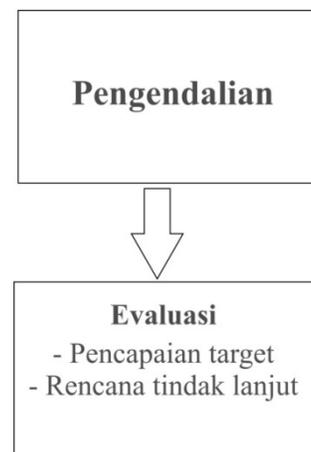
Bagi Sleman Football, penilaian dan standarisasi pekerjaan yang telah dilaksanakan setiap individu berada di tangan pemimpin redaksi. Pemimpin redaksi bertanggungjawab penuh untuk menentukan apakah konten berita yang telah disiapkan sudah memenuhi standar atau belum. Apabila belum memenuhi standar, pemimpin redaksi berhak untuk meminta perbaikan sebelum konten tersebut dipublikasikan.

Pengendalian dan pengawasan juga diimplementasikan saat individu telah selesai menyelesaikan tugas, yakni berupa pemberian penghargaan (*reward*) bagi individu berprestasi karena mampu mencapai atau bahkan melampaui indikator pekerjaan, dan sebaliknya juga pemberian hukuman (*punishment*) bagi individu yang melanggar aturan atau tidak berhasil mencapai indikator pekerjaan.

Sleman Football memberikan penghargaan bagi individu yang diimplementasikan melalui honorarium dan juga berbentuk buku bagi kontributor lepas (sukarelawan). Selain itu, makan bersama menjadi hal yang

biasa dilakukan pengelola Sleman Fans untuk menjalin kedekatan antar individu setelah menyelesaikan penugasan. Bagi individu yang tidak berhasil mencapai indikator pekerjaan, Sleman Football tidak menerapkan hukuman secara khusus. Hal itu cukup diselesaikan melalui sebuah rapat evaluasi.

Tahap pengendalian merupakan tahap di mana proses peliputan berita telah selesai dilaksanakan. Pada tahap ini dilaksanakan evaluasi perencanaan-perencanaan yang telah diselesaikan dalam rangka menghindari kesalahan terulang di perencanaan-perencanaan selanjutnya. Evaluasi dapat dilaksanakan forum rapat redaksi sekaligus untuk menentukan perencanaan peliputan selanjutnya.



**Gambar 3.4. Tahap Pengendalian media komunitas Sleman Football. Sumber: Olahan peneliti**

Evaluasi peliputan bermaksud untuk melihat pencapaian-pencapaian target yang telah ditentukan dan menjaga kualitas isi media agar tetap terjaga. Dalam konteks media komunitas Sleman Football yang menggunakan internet sebagai platform, pencapaian-pencapaian dapat dilihat melalui statistik *website* dan media sosial. Selain itu, evaluasi juga membahas partisipasi khalayak terhadap berita, seperti partisipasi mengirimkan tulisan, respon khalayak terhadap berita, hingga melihat sejauh mana partisipasi khalayak mengirimkan komentar dalam forum diskusi di *website* maupun media sosial. Dengan mengetahui evaluasi, rencana tindak lanjut disusun untuk meningkatkan kinerja redaksi di perencanaan peliputan selanjutnya.

## **SIMPULAN**

Sleman Football sebagai media komunitas yang dikelola oleh pengelola yang didasari loyalitas atas dunia persepakbolaan Sleman memiliki banyak tantangan dan hambatan dalam rangka menjaga eksistensinya. Tentu bukan hal yang mudah mengelola media komunitas dengan karakter yang berbeda-beda satu sama lain. Di tengah banyaknya media

komunitas serupa yang kesulitan menjaga eksistensi, Sleman Football dinilai cukup berhasil menerapkan manajemen media dengan cukup baik walaupun masih banyak evaluasi-evaluasi yang harus diselesaikan.

Sebagaimana tujuan utama penelitian ini terkait bagaimana manajemen pemberitaan dan pengelolaan sumber daya manusia media komunitas Sleman Football, penulis menemukan beberapa poin utama dari hasil analisis sebagai berikut.

1. Media komunitas Sleman Football terbentuk untuk mengakomodir kebutuhan informasi seluruh pecinta sepak bola di Sleman, bukan hanya salah satu kelompok supporter tertentu.
2. Dalam menjalankan fungsinya, Sleman Football telah menerapkan manajemen media mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengendalian.
3. Pengelolaan sumber daya manusia menjadi hal yang penting bagi media komunitas Sleman Football walaupun keseluruhan pengurus tidak terikat kontrak atau sejenisnya, hanya terikat kecintaan pada sepak

bola Sleman. Meskipun jumlahnya sedikit, pengelola Sleman Football menyadari pentingnya manajemen pengelolaan sumber daya manusia dalam rangka menjaga eksistensi.

4. Pengimplementasian manajemen media dan pengelolaan sumber daya manusia Sleman Football telah dikonsepsikan menyesuaikan dengan kebutuhan media komunitas.
5. Meskipun secara prinsip sama, model peliputan media komunitas berbasis sepak bola seperti Sleman Football berbeda dengan model peliputan media konvensional. Model peliputan media komunitas yang dikelola oleh suporter sangat bergantung dengan kebutuhan, karakter, dan kondisi masing-masing media komunitas mulai dari kondisi SDM, keuangan, hingga visi dan misi media komunitas itu sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Adiputra, Wisnu Martha. (2017). *Memahami Manajemen Media Baru: Antara Kreativitas, Ketidakpastian, dan Kesempatan*, dalam Rahmitasari, Diah Ayu [ed] (2017). *Manajemen Media di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Given, Lisa M. (2008). *The Sage Encyclopedia of Qualitative Method*. London: Sage Publications.
- Hazen, Don. (2007). *Alternative on Media Content, Journalism, and Regulation*. Tartu: Tartu University Press.
- Hasbi, Sirajudin. (2018). *Merawat Media Komunitas*, dalam Hasbi, Sirajudin dan Sasono, Ferry Triadi [ed] (2018). *Sepakbola 2.0*. Yogyakarta: Fandom.
- Junaedi, Fajar. (2014). *Manajemen Media Massa: Teori, Aplikasi, dan Riset*. Litera: Yogyakarta.
- Junaedi dan Arifianto. (2017). *Berawal Dari Kecintaan, Berproses dalam Media Komunitas Sepakbola: Menengok Manajemen Media Komunitas Berbasis Fans Sepakbola*. Litera: Yogyakarta
- Jurrat, Nadine. (2011). *Mapping Digital Media: Citizen Journalism and The Internet*. Open Society Foundation: London.
- Maryani, Eni. (2011). *Media dan Perubahan Sosial, Suara Perlawanan*

- melalui Radio Komunitas*. Rosdakarya: Bandung.
- Mulyana, Deddy. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Rosdakarya: Bandung.
- Nurudin. (2003). *Citizen Journalism sebagai Kartasis Baru Masyarakat*. Yogyakarta: Matapadi Pressindo.
- Pramesthi, Olivia Lewi. (2014). *Olahraga, Media, dan Audiens: Perspektif Media Lokal dalam Meliput Isu Olahraga*, dalam Junaedi, Fajar, dkk [ed] (2014). *Sport, Komunikasi, dan Audiens*. Yogyakarta: Litera
- Siregar, Amin Effendi. (2017). *Kajian dan Posisi Manajemen Media Serta Peta Media di Indonesia*, dalam Rahmitasari, Diyah Ayu [ed] (2017). *Manajemen Media di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Siregar, Amir Effendi. (2014). *Mengawal Demokratisasi Media: Menolak Konsentrasi, Membangun Keberagaman*. Jakarta: Kompas.
- Prastyana, Narayana Mahendra. (2014). *Geliat Surat Kabar Harian Olahraga di Indonesia*. Jurnal Komunikator No. 1 Vol. 6.
- Kanal, Deisy, dkk. (2015) *Pemanfaatan Media Alternatif: Studi Penolakan Pertambangan Bijih Besi di Pulau Bangka, Likupang Timur, Kabupaten Minahasa Utara*. Jurnal Acta Diurna No. 4 Vol. 4.
- Pawito. (2007). *Media Komunitas dan Literasi Media*. Jurnal Ilmu Komunikasi No. 4 Vol. 4.
- Fazryansyah, M. Irfan, dkk. (2014). *Manajemen Redaksional Pada Surat Kabar Harian Umum Radar Cirebon*. Jurnal Aspikom Vol.2 No. 2

## **JURNAL**