

LAPORAN
KULIAH KERJA LAPANGAN
PROSES PRODUKSI FEATURE DI FANDOM INDONESIA



Oleh:

Hieronimus Aand Andean

100904144

Dosen Pembimbing :

Lukas Deni Setiawan, M.A.

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2017

HALAMAN PERSETUJUAN
PROSES PRODUKSI FEATURE DI FANDOM INDONESIA

KULIAH KERJA LAPANGAN

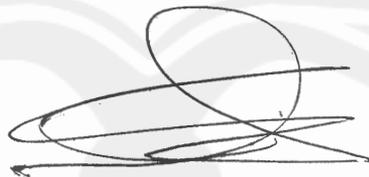
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Mata Kuliah Wajib Konsentrasi
Jurnalistik pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh:

Hieronimus Aand Andrean

Nomer Mahasiswa: 4144/KOM

Disetujui oleh:



Lukas Deni Setiawan, M.A.

Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Kuliah Kerja Lapangan

PROSES PRODUKSI FEATURE DI FANDOM INDONESIA

Disusun oleh:

Hieronimus Aand Andrcan

(100904144)

Telah diuji dan dipertanggungjawabkan di depan penguji pada:

Hari/tanggal : Kamis, 8 Juni 2017

Waktu : 14.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran

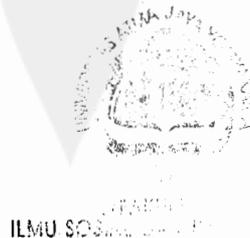
Tim Penguji

Dosen Penguji I

Lukas Deni Setiawan, M.A.

Dosen Penguji II

Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A.



HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hieronimus Aand Andean

NPM : 100904144

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Laporan Kuliah Kerja Lapangan yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 16 Juni 2017



Hieronimus Aand Andean

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tulisan ini dipersembahkan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, Yesus Kristus dan Bunda Maria yang senantiasa menemani dan melindungi selama proses Kuliah Kerja Lapangan.
2. Andreas Hariyanto dan Lucia Siwi Purwanti selaku orang tua yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan. Sehingga penulis merasa segala proses Kuliah Kerja Lapangan dapat berlangsung dengan lancar. Aku mencintai kalian!
3. Lukas Deni Setiawan selaku dosen pembimbing KKL yang sudah membantu serta memberi dukungan dari awal hingga berakhirnya laporan ini. Terima kasih atas bimbingan, nasehat, apresiasi, dan motivasi yang telah diberikan. Terimakasih Pak Deni.
4. Fandom Indonesia, Mojok.co dan PT Garda Maya yang sudah mengizinkan penulis untuk berproses bersama selama masa KKL. Terutama Sirajudin Hasbi, Mas Seno dan Mas Adit selaku pihak Fandom Indonesia serta para kontributor lainnya.
5. Heribertus Rian Andrian, Hillarmus Euguene Andrean dan Heri Berta Thessa Lonica yang terus memberikan semangat untuk menyelesaikan KKL ini, sehingga penulis merasa mendapat suntikan semangat.
6. Terima kasih juga untuk semua orang yang telah memberi dukungan dan semangat.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis dihaturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena astas segala berkat dan penyertaan-Nya, proses Kuliah Kerja Lapangan yang telah direncanakan dapat diselesaikan dengan lancar.

Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk kelulusan Program Strata 1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Laporan ini dibuat untuk memberikan gambaran kerja jurnalistik, proses produksi feature di Fandom Indonesia. Tidak hanya berupa kegiatan jurnalistiknya namun juga kegiatan yang dilakukan sebagai wujud nyata untuk kemajuan sepakbola nasional. Proses produksi di sini memiliki artian yang luas. Seperti, bagaimana pihak Fandom Indonesia menjaring kontributor, lalu bagaimana kriteria tulisan yang bisa dimuat di media online mereka, hingga meliputi aspek bagaimana mereka menjalankan roda bisnisnya agar Fandom Indonesia tetap bisa menjalankan kegiatannya. Pembelajaran terhadap proses yang sudah dilalui penulis diharapkan mampu memberikan sumbangsih bagi ilmu komunikasi, khususnya dalam jurnalisme.

Yogyakarta, 16 Juni 2017

Hieronimus Aand Andrian

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	4
Tujuan Kuliah Kerja Lapangan	4
Manfaat Kuliah Kerja Lapangan	4
Kerangka Teori	
1. Media Online	5
2. Jenis Berita.....	6
3. Proses Produksi Berita	9
4. Hukum Media dan Sembilan Elemen Jurnalisme.....	14

BAB II DESKRIPSI OBJEK KULIAH KERJA LAPANGAN

A. Sejarah.....	17
B. Deskripsi Rubrik Fandom Indonesia.....	19
C. Struktur Organisasi Fandom Indonesia	21

D. Produk Fandom Indonesia	22
----------------------------------	----

**BAB III PELAKSANAAN DAN HASIL KEGIATAN KULIAH KERJA
LAPANGAN**

A. Deskripsi Hasil Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan.....	25
---	----

B. Deskripsi Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan	42
--	----

C. Analisis Hasil Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan	55
---	----

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	69
--------------------	----

B. Saran.....	71
---------------	----

Daftar Pustaka.....	72
---------------------	----

Lampiran.....	74
---------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Fandom Indonesia.....	19
Gambar 2. Tampilan Website Fandom Indonesia	38
Gambar 3. Tampilan Website Fandom Indonesia.....	38
Gambar 4. Tampilan Naskah Fandom Indonesia.....	40
Gambar 5. Tampilan Naskah Fandom Indonesia.....	41
Gambar 6. Grafis Luis Mila Aspas	44
Gambar 7. PES.....	44
Gambar 8. Video Wazza	45
Gambar 9. Grafis Poster Media Komunitas Sepakbola	48

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Tingkat konsumsi masyarakat Indonesia yang tinggi terhadap segala hal tentang sepakbola menjadikannya sebuah pangsa pasar yang menggiurkan. Baik sepakbola dalam maupun luar negeri, keduanya mendapat animo yang luar biasa dari para pecinta olahraga sebelas lawan sebelas ini. Maka tidak heran jika media massa cetak maupun elektronik berlomba-lomba memberitakan atau menayangan sepakbola bila dibandingkan dengan olahraga lainnya. Bukti bahwa sepakbola memang olahraga yang paling ditonton di Indonesia bisa dilihat dari survey yang dilakukan oleh TNS Sport sebuah lembaga ternama dari Inggris..

Menurut Hasantoso (2010:44), survey ini membuktikan bahwa potensi sepakbola Indonesia di media jauh lebih menarik dari olahraga apa pun (Pertama, sepakbola 86%. Kedua, Motosport 29%). Di sisi lain potensi komersial sepakbola cukup menarik untuk dikaji, mengingat hak siar Liga Super Indonesia sampai tahun 2017 dipegang oleh ANTV Sebesar 100 Milyar rupiah untuk durasi waktu 10 tahun. Bahkan menurut Hasantoso (2010:44), seharusnya nilai siar Liga Super Indonesia bisa dimaksimalkan hingga 1,5 trilyun rupiah, mengingat ratingnya dan jumlah pemirsa yang tinggi.

Dengan minat yang tinggi terhadap konsumsi tayangan sepakbola akhirnya membawa perkembangan dalam media massa. Terlebih pemanfaat media sosial sebagai salah satu *platform* digital. Media sosial lebih cepat dalam menyajikan berita, lebih praktis dan bisa dikonsumsi di mana saja dan kapan saja, dan yang paling penting adalah media digital bisa dikonsumsi secara gratis. Poin terakhir inilah yang menjadikan media-media konvensional tidak bisa seperti media digital. Dengan keberadaan media online, kita bisa melihat pembagian segmentasi informasi internet. Layaknya media massa tradisional terutama media cetak seperti majalah dengan menyajikan berbagai bidang, begitu juga dengan halnya *website*. Tak hanya untuk umum, namun *website* berkembang menyajikan pilihan-pilihan sesuai target pasarnya.

Salah satu portal media digital yang cukup aktif berbagi tulisan di dunia maya adalah Fandom Indonesia. Sebuah media online yang berbasis di Yogyakarta ini sudah cukup lama berkecimpung di dunia kepenulisan dengan genre "*football writing*". Sejak masih berbentuk *electronic magazine*, Fandom Indonesia sangat *concern* dengan topik ini. *Football writing* yang merupakan jenis feature dengan tema sepakbola merupakan konten utama yang ditonjolkan oleh Fandom Indonesia. Berbeda dengan *hard news* yang sifatnya hanya bisa dikonsumsi dalam rentang waktu yang pendek, feature sepakbola relatif lebih bisa dikonsumsi kapan saja. Dengan format kepenulisan yang sifatnya bercerita, pembaca diharapkan tidak akan mudah bosan. Terlebih, jenis ini sangat relevan jika disangkutkutan dengan bahasan bidang lain seperti sejarah, politik, ekonomi, sains, bahkan agama.

Fandom Indonesia, bisa dikatakan sebagai salah satu situs yang membangun sebuah kegiatan literasi sepakbola dengan relevansinya di pelbagai bidang. Dengan pertimbangan di atas, akan sangat menarik untuk mengikuti proses produksi serta cara pemasaran berita oleh sebuah media digital. Fandom Indonesia merupakan salah satu *website* sepakbola yang terus memberikan pengetahuan kepada pendukung maupun pembacanya agar mengerti sepakbola yang sesungguhnya, termasuk pengelolaan klub. Tidak hanya berhenti di situ saja. Fandom Indonesia juga memiliki berapa kegiatan di luar dari penulisan tentang sepakbola. Kegiatan ini lebih kepada aksi nyata yang dilakukan Fandom Indonesia. Ini adalah salah satu fenomena yang muncul dari pergeseran pola konsumsi berita yang disebabkan semakin majunya teknologi. Kini, membaca berita atau artikel hanya semudah menggeser jempol ke kanan atau ke kiri. Dengan fakta seperti ini, pembaca sebagai konsumen senang karena menikmati konten gratis, sementara produsen senang karena *traffic* kunjungan di *website* mereka juga tentu akan naik.

Penulis tertarik untuk melakukan Kuliah Kerja Lapangan karena hal di atas, yaitu tentang literasi sepakbola. Tidak hanya berupa kegiatan jurnalistiknya namun juga karena kegiatan yang dilakukan sebagai wujud nyata untuk kemajuan sepakbola nasional. Oleh karenanya, pada Kuliah Kerja Lapangan ini. Penulis mengambil topik mengenai: Bagaimana proses produksi feature di Fandom Indonesia? Proses produksi di sini memiliki artian yang luas. Contohnya, bagaimana pihak Fandom Indonesia menjaring kontributor, lalu bagaimana kriteria tulisan yang bisa dimuat di media

online mereka, hingga meliputi aspek bagaimana mereka menjalankan roda bisnisnya agar Fandom Indonesia tetap bisa menjalankan kegiatannya.

B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana proses produksi feature di Fandom Indonesia?

C. TUJUAN KULIAH KERJA LAPANGAN

Mengetahui, mempelajari, dan memahami proses produksi feature di Fandom Indonesia.

D. MANFAAT KULIAH KERJA LAPANGAN

1. Manfaat Akademis

- a. Mengaplikasikan teori yang selama ini diperoleh dari perkuliahan ke dalam dunia pekerjaan secara profesional.
- b. Memperoleh pengetahuan dan pemahaman mengenai aktifitas produksi berita yang dilakukan oleh media online.

2. Manfaat Praktis

- a. Memperoleh bekal pengalaman dan gambaran nyata tentang seluruh proses produksi feature di sebuah institusi media online.
- b. Mempraktekkan kerja seorang reporter dalam pencarian, peliputan, dan penulisan feature dalam media online.

E. KERANGKA TEORI

Dalam membahas topik mengenai proses produksi artikel dibutuhkan pemahaman konseptual terlebih dahulu.

1. Media Online

Pengertian Media Online secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Menurut Romli (2012:34) media adalah singkatan dari media komunikasi massa dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan periodisitas. Pengertian media online adalah media yang menyajikan karya jurnalistik (berita, artikel, feature) secara online. Media massa yang tersaji secara online di situs web internet. Salah satu desain media online yang paling umum diaplikasikan dalam praktik jurnalistik modern dewasa ini adalah berupa situs berita. Situs berita atau portal informasi sesuai dengan namanya merupakan pintu gerbang informasi yang memungkinkan pengakses informasi memperoleh aneka fitur fasilitas teknologi online dan berita didalamnya. Pentingnya peran komunikasi mendorong para ahli mengembangkan berbagai media komunikasi, mulai dari media yang sederhana, hingga yang menggunakan teknologi canggih. Secara teknis, media online adalah media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Termasuk kategori media online adalah portal, *website* (situs web, termasuk blog), radio online, TV online, dan email.

Karakteristik Media Online menurut Yayan Sopian 2001 (Nurudin, 2009: 18), seorang peneliti muda dari majalah Pantau, Jakarta, dalam sebuah workshop media online pernah mengklasifikasikan karakteristik media online antara lain:

- a. Kemudahan bagi pengakses untuk mengalihkan waktu pengaksesan. Artinya, penerbit media online misalnya bisa menentukan bahwa akses medianya bisa dimulai dari jam 1 dini hari seperti yang tersaji dari media cetak yang juga mempunyai media online. Meskipun ada juga yang baru beberapa jam kemudian, bahkan 1 hari kemudian . Ini sangat tergantung pada kemampuan media.
- b. *Real time*, langsung bisa disajikan. Pengelola website dapat menulis setiap saat. Sehingga (*user*) pembaca dapat menerima berita setiap waktu.
- c. Unsur multimedia. Bentuk dan publikasi yang lebih kaya. Sajiannya tidak klasik seperti media cetak (*e-paper* dalam versi online-nya). Ada banyak fitur, serta ilustrasi tampilan yang amat menarik pembaca.
- d. Interaktif. *Hyperlink* memungkinkan user terhubung dengan situs yang lain, seperti *Wordpress*, *RSS*, *Twitter*, dan *Facebook*.

2. Jenis Berita

Menurut Ishwara (2005 : 58-64) ada beberapa jenis berita dalam media cetak, yaitu:

a. *Hard New*

Hard news atau yang kerap disebut berita lugas adalah berita yang padat berisi informasi fakta yang disusun berdasarkan urutan berita dari yang paling penting menuju yang kurang penting. Dalam menyusun *hard news* wartawan dituntut untuk dapat menyampaikan informasi yang paling penting pada bagian awal berita lalu diikuti informasi-informasi kurang penting lainnya yang mendukung informasi penting tersebut. *Hard news* kerap kali

diletakkan pada halaman utama sebuah surat kabar karena pada umumnya jenis berita ini mengangkat peristiwa yang bersifat kekinian. Maka dari itu, *hard news* kerap mengandung nilai berita signifikansi atau penting dan *timeliness* atau bersifat kebaruan.

b. *Soft News*

Soft news atau yang kerap disebut berita halus adalah jenis berita yang mengangkat peristiwa-peristiwa kurang penting atau lebih banyak mengandung nilai berita *human interest* dan *prominence*, misalnya berita tentang kesuksesan seorang pebisnis muda atau berita terbaru seputar artis terkenal. Jenis berita ini kerap diletakkan pada halaman tengah maupun belakang surat kabar.

c. *Feature*

Jenis berita ini mengangkat peristiwa-peristiwa yang hampir sama dengan *soft news*, yang membedakan keduanya adalah *feature* mengutamakan unsur kreatifitas dan subjektifitas wartawan dalam proses penulisan. *Feature* dirancang untuk menyampaikan informasi dan memberikan hiburan bagi pembacanya. Oleh karena itu, dalam menulis *feature*, wartawan dituntut mampu menggali peristiwa yang hendak diangkat dan menyusunnya menjadi suatu kisah yang menarik (Ishwara, 2005 : 60). *Feature* tidak mengangkat peristiwa yang bersifat fiktif, namun fakta yang disusun dengan baik sehingga menjadi cerita yang kreatif, menarik, dan menghibur. Sedangkan

menurut Romli (2008:22) berpendapat bahwa *feature* adalah sebuah tulisan jurnalistik. *Feature* bukan karya fiksi, tetapi karya jurnalistik.

Sebab, di dalam tulisan *feature* kita harus menuliskan fakta ke dalam sebuah kisah. Berusaha untuk menarik pembaca masuk ke dalam suasana dan seakan pembaca merasakan langsung objek tulisan. Jenis teks ini tentunya sangat menghibur dan mendidik ketika dibaca. Terdapat beberapa jenis *feature*, diantaranya (Ishwara, 2005 : 61-64):

1. *Bright Feature*

Jenis berita ini kerap mengangkat tema kemanusiaan atau *human interest* dalam beritanya. Penulisannya dilakukan dengan gaya anekdot dan berujung klimaks pada akhir berita.

2. *Sidebar Feature*

Feature ini berfungsi mendampingi atau melengkapi berita utama atau *hard news*.

3. *Profile Feature*

Berita ini mengangkat sisi kepribadian seseorang yang disajikan secara menarik dan detail.

4. *News Feature*

Jenis berita ini merupakan jenis berita yang menggabungkan konsep *hard news* yang ditulis dengan gaya *feature*.

5. *Service Feature*

Jenis *feature* ini kerap juga disebut *How-to Feature*. Berita ini mengangkat informasi yang bersifat membantu memecahkan persoalan hidup sehari-hari, misalnya berbagai *tips* untuk merawat anak, menata ruang, mengatur waktu, dan lain sebagainya.

6. *Feature* Wawancara

Feature wawancara berisi dialog wawancara antara wartawan dengan narasumber.

7. *Feature* Narasi

Jenis *feature* ini memiliki kesamaan dengan konsep penulisan *feature* pada umumnya. Dalam menulis *feature* narasi digunakan teknik-teknik seperti deskripsi, karakterisasi, dan plot.

3. Proses Produksi Berita

Feature merupakan salah satu jenis berita. Oleh karena itu, penulis menjadikan berita untuk kerangka teori yang digunakan. Ronald Buel, mantan wartawan Wall Treet Journal mengatakan bahwa jurnalisme memiliki lima tingkat keputusan (Ishwara, 2005 : 91) yakni sebagai berikut:

a. Penugasan

Menentukan peristiwa apa yang layak diliput dan mengapa peristiwa tersebut diliput.

b. Pengumpulan Data

Menentukan informasi yang terkumpul sudah cukup atau belum.

c. Evaluasi

Menentukan fakta yang sesuai dan dimasukkan dalam berita.

d. Penulisan

Menentukan kata-kata apa yang perlu digunakan.

e. Penyuntingan

Menentukan berita mana yang perlu diberikan judul yang besar dan dimuat di halaman muka, tulisan mana yang perlu dipotong, dan cerita mana yang perlu diubah.

Berita tidak dapat diproduksi tanpa menggunakan struktur yang tepat. Dalam proses produksi berita, wartawan perlu melalui beberapa tahap sebagai berikut:

a. Pengumpulan fakta

Pada tahap awal menulis berita, wartawan harus mencari informasi tentang suatu peristiwa terlebih dahulu. Hal itu dilakukan untuk mencari bahan-bahan utama yang hendak ditulis dalam berita. Terjadinya suatu peristiwa tidak menjamin tersedianya fakta yang diperlukan wartawan. Oleh karena itu, wartawan perlu mencari dan menemukan fakta-fakta tersebut. Dalam mengumpulkan fakta, menurut Siregar (1998:43-49) wartawan dapat melakukan berbagai metode seperti observasi, wawancara, dan riset dokumentasi.

1) Observasi

Wartawan perlu melakukan pengamatan atau observasi apabila ia menyaksikan secara langsung terjadinya peristiwa yang diangkat dalam pemberitaan. Sehingga fakta yang didapatkan melalui metode ini

merupakan fakta yang ditangkap wartawan melalui panca inderanya, baik pengelihatan, pendengaran, penciuman, perasa, dan peraba. Maka dapat disimpulkan fakta yang didapat sesuai dengan kebenaran yang terjadi.

2) Wawancara

Metode ini digunakan wartawan untuk mencari fakta berdasarkan pengalaman seseorang akan suatu peristiwa, yang dalam hal ini ditempatkan sebagai narasumber. Metode ini dilakukan dengan bertanya kepada narasumber. Secara garis besar, wartawan akan mengajukan pertanyaan untuk memperoleh bahan berita yang berkaitan dengan kesan indrawi orang lain, atribut seseorang, pendapat, atau harapan narasumber.

3) Riset dokumentasi

Metode ini digunakan untuk mencari fakta yang berasal dari dokumentasi tertulis, yang pada umumnya berupa data-data tertentu. Data tersebut tidak hanya merupakan data terbaru, melainkan juga data-data lama yang kemudian dapat dikaitkan dengan data paling baru. Data tertulis tersebut juga dapat digunakan untuk mengecek kebenaran dan akurasi fakta.

b. Struktur Berita

Dalam penulisannya, berita memiliki beberapa struktur yang harus digunakan. Struktur tersebut memiliki fungsi dan kegunaan masing-masing.

Menurut Ishwara (2005 93-99) beberapa struktur tersebut, berikut:

1. *Headline*

Headline atau judul berita merupakan informasi utama dalam berita yang dibuat dalam satu atau dua kalimat pendek. Dalam penulisannya, *headline* memiliki ukuran dan jenis tulisan yang berbeda.

2. *Lead*

Lead berada di awal berita, berupa rangkaian kalimat maupun paragraf yang berisi berbagai informasi dasar yang merupakan inti dari isi berita tersebut. Dalam *lead* terdapat berbagai informasi yang didapatkan melalui pertanyaan-pertanyaan dasar dalam melakukan pemberitaan, seperti apa, mengapa, siapa, kapan, di mana, dan bagaimana.

3. *Body*

Body atau tubuh berita ditulis setelah *lead*. Tubuh berita berisi berbagai kutipan maupun fakta yang mendukung informasi-informasi yang telah terangkum dalam *lead*.

4. *Ending*

Ending atau penutup berada di akhir berita, pada umumnya berisi kutipan sumber utama dan dirangkum secara keseluruhan dan diakhiri

dengan fakta-fakta tambahan lainnya maupun prediksi akan peristiwa selanjutnya yang mungkin dapat terjadi.

c. Editing

Tahap akhir dalam memproduksi berita adalah proses *editing*, yakni proses menyunting tulisan yang telah dibuat sebelum akhirnya dicetak dan diedarkan kepada khalayak. Proses penyuntingan berita atau *editing* ini dilakukan oleh redaktur atau editor penyunting (Patmono, 1993 : 89). Beberapa hal penting yang perlu dimiliki editor dalam menyunting berita, yakni (Assegaf, 1983 : 34-35):

1. Memiliki pengetahuan akan proses kerja penyuntingan, mulai dari mengoreksi naskah berita hingga teknik pengiriman naskah dan lain sebagainya.
2. Mengetahui bagaimana cara menggunakan referensi seperti buku-buku petunjuk, buku-buku rujukan, hingga kamus.
3. Memiliki pengetahuan yang mendalam tentang masyarakat tempat surat kabar tersebut diterbitkan, baik menyangkut kehidupan sosial dan pemerintahannya.
4. Pengetahuan yang mendalam tentang Bahasa Indonesia, termasuk penggunaan kata, tata bahasa, hingga kosakata yang tepat.
5. Mengasah *common sense*, yakni suatu logika yang harus dikembangkan sehingga hal-hal yang sifatnya bertentangan dengan

kenyataan dan kontinuitas berita yang telah dibuat dapat dijaga penerusannya.

4. Hukum Media dan Sembilan Elemen Jurnalisme

Dalam ruang yang lebih luas, berkembangnya *platform* digital dalam kepenulisan dan media merupakan harapan yang cerah bagi jurnalistik sendiri. Kegiatan jurnalistik menjadi lebih dinamis dan mengikuti jaman. Namun, perlu kita sadari. Media online di Indonesia dalam berbagai masalah masih sering sekali berbenturan dengan hukum media yang ada. Isu cepat tidak dengan proses akurasi yang akurat. Di sisi lain mengenai kompetisi akan lalu lintas media online yang tinggi. Terkadang menjadi masalah tersendiri mengenai ruang lingkup dan lain sebagainya.

Media online dalam praktek jurnalisme online dari hukum media di Indonesia masih dipayung dengan Undang-undang No.40 tahun 1999 tentang Pers. Dalam pasal 1 ayat (1). Berdasarkan pasal 1 UU Pers yang masuk dalam kategori pers adalah segala kegiatan jurnalistik baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, data, grafis, maupun bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia. Jurnalisme online masuk dalam kategori media yang menggunakan ranah elektronik dan segala jenis saluran yang tersedia.

Sedangkan menurut Bill Kovach dan Tom Rosenstiel, dalam Sembilan Elemen Jurnalisme (2004), merumuskan kebijakan utama jurnalis dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

a. Menyampaikan Kebenaran.

Kewajiban pertama jurnalisisme adalah pada kebenaran. Penulis harus memiliki kejujuran terhadap fakta. Harsono (2013) mendukung pemikiran Kovach, dalam tataran jurnalistik kebenaran yang dimaksud adalah kebenaran fungsional. Maksudnya, penulis harus menyajikan informasi yang tepat. Kebenaran menjadi hal yang elementer.

b. Memiliki Loyalitas Kepada Masyarakat.

Masyarakat telah memberikan kebebasan dan kepercayaan kepada media untuk mengolah suatu peristiwa. Loyalitas pertama adalah kepada masyarakat. Hendaklah penulis memberikan informasi untuk kepentingan bersama.

c. Melakukan Verifikasi.

Esensi jurnalisisme adalah disiplin verifikasi. Hal ini sangat penting terkait informasi yang disebarkan untuk menghindari kekeliruan.

d. Menjaga Independensi dari Objek Liputan.

Tidak terpengaruh, tidak memihak dan memiliki semangat independensi dari objek liputan. Menyadari bahwa fakta adalah segalanya, mendekati pada kebenaran serta bukan rekayasa .

e. Memberi Forum bagi Publik.

Memberikan ruang bagi masyarakat untuk turut serta dan terlibat dalam proses jurnalistik. Bisa dalam bentuk segi kepentingan masyarakat, wadah demokrasi hingga kolom komentar dan sejenisnya.

f. Memantau Kekuasaan.

Tulisan yang dibuat adalah sebagai bentuk pemantau terhadap kekuasaan.

Jurnalisme sebagai Forum Publik. Hadir sebagai sebuah forum kritik dan komentar publik.

g. Jurnalisme Harus Memikat dan Relevan.

Jurnalis harus memikirkan komposisi tulisan, naik turun emosi pembaca, etika, norma dan sebagainya.

h. Membuat Berita Secara Komprehensif dan Proposional.

Dalam bisnis media kadang media terjebak dalam informasi yang sensasional, hal ini harus dicermati mana yang penting dan mana yang harus diangkat.

i. Jurnalis Mendengar Hati Nuraninya

Setiap jurnalis dari harus mempunyai rasa etika dan tanggung jawab personal sebuah moral serta norma dalam masyarakat.

Kesembilan elemen di atas merupakan elemen jurnalisme yang ideal untuk dilakukan bagi jurnalis dan media. Menjadi acuan ketika memberitakan dan menyebarluaskan kepada publik. Dalam hal ini penulis juga hendak melihat sejauh mana hukum media dan Sembilan elemen jurnalisme yang diterapkan oleh Fandom Indonesia dalam proses kegiatan jurnalistik yang mereka terapkan.

BAB II

DESKRIPSI OBJEK KULIAH KERJA LAPANGAN

Dalam bab ini penulis mendeskripsikan secara umum tentang Fandom Indonesia. Data-data yang terdapat di bab ini penulis dapatkan dari beberapa sumber seperti wawancara dan *company profile*. Berikut ini sejarah singkat, deskripsi, struktur organisasi dan produk Fandom Indonesia.

A. Sejarah

Di Yogyakarta pada tahun 2012 lahir komunitas pecinta sepakbola dengan nama Football Fandom Indonesia. Mereka terdiri dari beberapa mahasiswa, akademisi dan pekerja media yang merupakan pecinta sepakbola lokal, nasional maupun internasional. Mereka yang pada awalnya dipertemukan di jejaring sosial itu berbincang seputar sepak bola dan tentang bagaimana dunia yang ditinggali ini kini berkembang. Pertemuan pada tahun 2012 itulah yang menjadi cikal bakal berkembangnya Fandom Indonesia, media alternatif berbasis komunitas. *Footballfandom.net* merupakan website generasi pertama yang pernah mereka miliki dengan mengeluarkan seri tulisan berupa *e-magazine*.

Pada tahun 2013, komunitas ini kemudian menempatkan diri untuk menjadi wadah *contet writer* serta *bloger* untuk Yahoo! Indonesia. Mengumpulkan penulis-penulis lepas dan kemudian rutin untuk berdiskusi. Jika pada awalnya sekadar mengelola website maka kini mereka sudah jauh berkembang. Bahkan melampaui harapan yang sempat mereka sampaikan pada masa itu. Harapan untuk menjadi

sarana edukasi perlahan mulai terwujud. Lebih dari itu mereka kini sudah memiliki *foundation* agar kehadirannya tidak hanya bermanfaat bagi diri sendiri tapi juga komunitas masyarakat yang lain.

Pada tahun 2015, Fandom Indonesia mulai mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Mojok Grup dibawah naungan PT Gardamaya Cipta Sejahtera menjadi salah satu investor. Fandom Indonesia kemudian merubah alamat website dengan nama *fandom.id*. Awalnya dikenal oleh publik melalui *Twitter* dengan alamat @Fandom_ID dengan 25.000 pengikut. Kini Fandom Indonesia telah memiliki halaman *Fanspage Facebook* dengan nama Football Fandom Indonesia dengan 7.300 pengikut. Media sosial terakhir yang mereka miliki adalah *Instagram*, dengan nama *Fandom_ID* yang memiliki 1.700 pengikut. Pada umumnya Fandom Indonesia adalah website yang mengulas seputar sepakbola. Pembaca bisa ikut dalam aktifitas Fandom Indonesia dengan mengirimkan tulisan melalui alamat email fandom.indonesia@gmail.com.

1. Visi Fandom Indonesia

Menjadi wadah untuk menuangkan ide dan narasi tentang sepakbola, baik tingkat lokal maupun internasional. Selain itu, juga menjadi sarana edukasi bagi sesama pencinta sepakbola.

2. Misi Fandom Indonesia

- Menggerakan literasi tentang sepakbola Indonesia
- Memberi sumbangsih bagi perkembangan sepakbola indonesia
-

3. Logo Fandom Indonesia



Gambar 1: Logo Fandom Indonesia
(Sumber: Dokumen Fandom Indonesia)

4. Lokasi *Fandom Space*

Fandom Space merupakan konsep kantor dan ruang diskusi, berada di Perum Sukoharjo Indah A8, RT 09 / RW 16, Dk. Purworejo, Ds. Sukoharjo, Ngaglik, Sleman, D.I. Yogyakarta.

B. Deskripsi Rubrik Fandom Indonesia

Secara keseluruhan, Fandom Indonesia dalam Fandom Indonesia membagi menjadi lima rubrik. Halaman pertama yakni rubrik analisis. Rubrik feature di halaman kedua, berisi tentang tulisan feature human interest. Rubrik editorial yang mengangkat tulisan tentang pandangan khusus dari redaksi. Kemudian rubrik event, Fandom Indonesia mencoba membagikan informasi kegiatan terkait sepakbola dan olahraga. Serta terakhir adalah rubrik Trivia, yang berisi tiga jenis konten, *fandomagz*, *quiz* dan video. Kelima rubrik tersebut secara garis besar mengangkat tema-tema sepakbola dan olahraga yang sangat dekat dengan kehidupan. Berikut ini adalah rubrik-rubrik Fandom Indonesia:

a. Analisis:

Merupakan rubrik feature yang membahas analisis suatu peristiwa. Rubrik ini berisi tulisan analisis mengenai peristiwa yang berhubungan dengan olahraga. Analisis tersebut tidak hanya tentang analisis pertandingan melainkan fakta-fakta menarik yang ada di kehidupan sehari-hari. Fandom Indonesia membaginya menjadi 8 tema analisis feature yaitu, finansial, *fisio*, *games*, *kit & gear*, opini, taktik, tata kelola dan transfer.

b. Feature:

Rubrik feature berisi tentang tulisan *feature human interest*. Menghadirkan tulisan dengan berbagai ilmu pengetahuan umum bagi pembacanya. Tulisan feature memberikan penekanan pada fakta-fakta yang dianggap mampu menggugah emosi dan menghibur. Membaginya menjadi 7 tema feature yaitu, akademi, hiburan, kultur, profil, resensi, sejarah dan wawancara.

c. Editorial:

Rubrik ini diisi oleh internal redaksi. Mengangkat tulisan tentang pandangan khusus dari redaksi. Isunya tentang kebijakan tentang sepakbola dan olahraga lokal, terutama kebijakan yang dibuat oleh federasi sepakbola Indonesia. Editorial fandom.id bertujuan untuk memberikan sumbangsih bagi perkembangan sepakbola dalam bentuk tulisan.

d. Event:

Melalui rubrik event, Fandom Indonesia membagikan informasi kegiatan terkait sepakbola dan olahraga. Event yang ditampilkan terbagi menjadi dua, event internal dan eksternal. Event internal sifatnya lebih kepada Fandom

Indonesia yang menginisiasi event. Sedangkan untuk event eksternal yaitu event dari luar yang bersinggungan dengan sepakbola dan olahraga. Mereka cukup selektif untuk mengangkat event dari eksternal. Memilih event yang benar-benar memiliki tujuan yang bisa dirasakan banyak orang.

e. Trivia:

Rubrik ini berisi tiga jenis konten, *fandomagz*, *quiz* dan video. *Fandomagz* adalah konten yang berisi mengenai tulisan dari beberapa penulis yang dibuat seperti *e-Magz*. Siapapun bisa mengaksesnya tanpa dipungkut biaya. Untuk konten *quiz*, merupakan konten hiburan tentang pertanyaan-pertanyaan yang dibuat dari perkembangan sepakbola dan olahraga terkini. Sedangkan konten video, adalah konten side project untuk beberapa tema bahasan mengenai sepakbola dan olahraga. Trivia pada dasarnya merupakan konten ringan yang tidak menyangkut informasi penting. Trivia bertujuan untuk menghibur pembaca melalui gimmick dan menjadi salah satu konten tambahan untuk meningkatkan kedekatan dengan pembaca. Namun, rubrik Trivia harus sesuai dengan visi misi Fandom Indonesia.

C. Struktur Organisasi Fandom Indonesia

Fandom Indonesia merupakan bentuk organisasi media daring yang kecil.

Secara garis besar hanya membagi menjadi 3 struktur sebagai berikut:

Pemred	: Sirajudin Hasbi
Redaktur	: Petrus Seno Wibowo
Web Master	: Aditya Rizki Yudiantika

D. Produk Fandom Indonesia

Fandom Indonesia dikenal sebagai penyedia konten kreatif tentang sepakbola dan olahraga, kemudian mengembangkan potensi untuk meningkatkan produknya. Setelah hanya bentuk artikel dalam websitenya, sekarang membuat beberapa produk untuk meningkatkan *feedback* dengan pembacanya. Fandom Indonesia mengadakan acara Fandom Menulis, *Hyperbola* dan pererbitan Fandom Indonesia. Berikut ini adalah beberapa produknya:

1. Fandom Menulis

Merupakan kegiatan tentang menulis bagi para pembaca yang dilakukan pada pertengahan tahun atau bulan puasa. Pembaca akan mendaftar sebagai peserta didik selama satu bulan setiap sore hari untuk belajar menulis mengenai sepakbola dan olahraga. Proses belajar menulis ini dimentoring oleh Fandom Indonesia atau para ahli dibidangnya. Bahwa pembaca Fandom tidak hanya ingin jadi penikmat, tapi juga kreator.

Program Fandom Menulis rasanya sudah melahirkan alumni yang punya kualitas mumpuni dan bisa jadi andalan media. Untuk menyebut beberapa Yamadipati Seno yang sekarang jadi redaktur di Fandom Indonesia, Isidorus Rio yang jadi editor Football Tribe, ada yang sudah di media nasional seperti Yoga Cholandha dan Eddward S. Kennedy di Kumparan atau Ahmad Khadafi di Tirto. Lalu ada teman-teman yang berkegiatan di media komunitas PSS, PSIM, dan lainnya. Siapa pun mereka, meski tak berkontribusi untuk Fandom Indonesia dalam bentuk tulisan rasanya tidak

melupakan sebagai bagian dari proses pengembangan diri. Inilah tujuan dari Fandom Indonesia, menyerupai kawah candradimuka bagi penulis atau jurnalis top sepakbola.

2. Hyperbola

Kegiatan diskusi yang melibatkan komunitas sepakbola dan olahraga yang dianggap memiliki kredibilitas baik. Diskusi ini diselenggarakan ditempat-tempat yang nyaman, seperti cafe, kedai dan sejenisnya. Diskusi terbuka dengan menghadirkan pembicara dari komunitas maupaun akademisi. Siapapun boleh menjadi peserta dalam diskusi tersebut. Awal mulai mengaktifkan diskusi dengan tajuk hyperbola adalah agar ada sarana kopdar bagi pencinta sepakbola. Tidak banyak diskusi serupa yang rutin digelar. Biasanya sepakbola ini ditonton dan dibaca, maka sekarang didiskusikan, ada sharing pendapat, pengalaman, dan lain sebagainya.

3. Penerbitan Fandom Indonesia

Setelah hanya memproduksi bentuk artikel tulisan, Fandom Indonesia memiliki penerbitan buku. Mereka sudah menerbitkan tiga buku sebagai langkah awal di dua tahun pertama. Mulai tahun ketiga mendatang, fandom.id akan serius menggarap penerbitan.

4. Fandom Foundation

Fandom Fondation bertujuan untuk menyalurkan bantuan kepada yang membutuhkan, terutama untuk pendidikan anak-anak dan remaja, baik formal maupun informal. Selain itu juga tidak menutup kemungkinan untuk memberi

bantuan kemanusiaan lainnya. Tepat dua tahun setelah kemunculan Fandom Indonesia, mereka berhasil menginisiasi kelahiran Fandom Foundation. Selama sekitar satu setengah tahun bekerjasama dengan Yahoo Indonesia ada sejumlah uang yang berhasil dikumpulkan. Setelah dipergunakan untuk menunjang operasional, ada uang yang kemudian alokasikan untuk berbagi dengan sesama. Rasanya kurang lengkap jika limpahan rezeki yang diterima tidak dibagi dengan saudara yang membutuhkan. Oleh karenanya, mereka sepakat untuk membentuk Fandom Foundation.

BAB III

HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KULIAH KERJA LAPANGAN

A. DESKRIPSI HASIL PELAKSANAAN KULIAH KERJA LAPANGAN

Pada bab ini, penulis mendeskripsikan proses maupun alur kerja pembuatan artikel oleh Fandom Indonesia. Fandom Indonesia merupakan salah media yang turut meramaikan kolam media online independen di Indonesia. Sejauh ini, Fandom Indonesia masih setia fokus pada tulisan-tulisan berita jenis feature dan tidak terduga untuk turut menurunkan artikel-artikel berbasis berita *hardnews*. Meskipun kalau dilihat dalam konteks menarik massa ke situsweb, konten berita *hardnews* sebenarnya masih menjadi daya tarik paling kuat. Hal ini untuk terus menjaga kualitas, Fandom Indoensia juga masih membatasi jumlah artikel yang ditayangkan yaitu 1-2 artikel saja setiap hari.

1. Keredaksian Fandom Indonesia

Dalam keredaksian produksi tulisan feature Fandom Indonesia membagi menjadi dua bagian besar, yakni internal dan kontributor. Menurut penulis, inilah yang menjadi ciri khas. Mempunyai dua kekuatan besar untuk berada dibagian *newsroom*, diantaranya:

a. Internal

Pada prinsipnya ini sama dengan stuktur organisasi. Tiga struktur utama menjadi pemeran penting untuk memproduksi artikel reguler. Tiga orang bertugas menyiapkan naskah dalam susunan jadwal. Serta diwajibkan

mempresentasikan idenya pada rapat redaksi yang dilakukan dalam dwiminggu (tatapmuka). Per tiga hari terdapat 1 orang yang bertugas untuk memproduksi naskah.

Hal tersebut dilakukan secara terjadwal hingga dalam 1 minggu penuh. Melalui kelompok kecil seperti yang telah jelaskan di atas, setiap orang berkoordinasi dengan rekan lainnya untuk membahas informasi apa yang hendak dimuat. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi kesamaan isi berita di antara artikel dengan artikel hari berikutnya. Pada rapat redaksi yang diadakan dwi mingguan, setiap orang mempresentasikan informasi apa yang hendak mereka tulis pada dua minggu ke depan. Rapat redaksi cenderung kedalam format diskusi dan evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk membahas kecenderungan naskah dengan minta *viewer* terbanyak hingga target pembaca dalam setiap harinya. Fandom memiliki target pembaca *user* mencapai 5.000 *user* setiap harinya.

b. Kontributor

Fandom Indonesia merupakan media online dengan konsep website dengan jenis *kolaboratif blog* yang menggantungkan tulisan dari kiriman dan sisanya internal. Mereka memiliki lebih dari 135 kontributor. Setiap penulis yang naskahnya dimuat di Fandom Indonesia memiliki *personal page* khusus. Jadi nanti setiap penulis punya halaman khusus yang menampung tulisannya dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, setiap penulis yang naskahnya dimuat diminta mengirimkan foto dan bio singkatnya agar bisa

dibuat profilnya oleh *webmaster*. Setiap artikel di Fandom setidaknya dibaca oleh ribuan orang. Setiap naskah penulis juga dikurasi oleh editor sehingga ada timbal balik untuk meningkatkan kualitas penulis. Ketiga hal tersebut tentunya bagus untuk membangun citra pribadi setiap penulis untuk dikenal oleh publik.

2. Proses Produksi Feature Fandom Indonesia

Secara umum Fandom Indonesia hanya memproduksi berita yang berjenis feature. Fandom juga masih membatasi jumlah artikel yang ditayangkan yaitu 1-2 artikel saja setiap hari. Berikut ini jenis rubrikasi dan alur kerja produksi naskah berita:

a. Jenis Rubrik Fandom Indonesia

Sebelum menjelaskan proses produksi berita feature halaman rubrik, penulis hendak mendeskripsikan secara singkat beberapa jenis rubrik Fandom Indonesia yakni sebagai berikut:

1) Analisis: Rubrik ini berisi tulisan analisis mengenai uraian peristiwa yang berhubungan dengan sepakbola. Fandom Indonesia membaginya menjadi 8 tema analisis feature yaitu:

a) Finansial : Naskah ini pada dasarnya tentang analisis finansial terkait sepakbola pada umumnya. Misalnya: *Kunci Sukses Perkembangan Sepakbola Thailand* yang diunggah pada 23 september 2015, berisi tulisan analisis tentang terpuruknya dan masa sulit sepakbola Thailand hingga hal yang mempengaruhi perkembangan sepakbola Thailand.

Faktor finansial menjadi bonus dalam tata kelola sepakbola dan semakin membuat sepakbola Thailand semakin maju bila dibandingkan negara-negara Asean lainnya. Penulis juga berharap, tulisan ini bisa memberikan ide atau inspirasi untuk perkembangan sepak bola negeri ini. Sudah tak perlu lagi mencari role model sepak bola hingga jauh-jauh ke Benua Biru.

- b) *Fisio*: Naskah dengan analisis pendekatan fisio dalam sepakbola: Misal: *Puasa dan Pengaruhnya terhadap Optimalisasi Pemenuhan Gizi Atlet* yang diunggah pada 19 Juni 2016. Penulis mengaitkan tentang pentingnya asupan gizi bagi atlet. Kemudian menghubungkannya dengan pola makan saat harus menjalankan puasa.
- c) *Games*: Naskah mengenai analisis *games* sepakbola, seperti FIFA, PES dan Football Manager. Misalnya: *Cara Membongkar Rapatnya Pertahanan Lawan pada Football Manager 2017*, yang diunggah 18 November 2016. Naskah ini telah di lihat sebanyak 3.500 *views*. Mengulas taktik serta menganalisis untuk membongkar pertahanan lawan.
- d) *Kit & Gear*: Naskah yang mengulas kit & gear dalam sepakbola. Misalnya: *Semangat Sosial Klub dalam Kostum St. Pauli 2015/2016*, yang diunggah pada 15 Agustus 2015. St. Pauli merupakan klub sepakbola dari Jerman yang memberikan dukungan klub terhadap para pencari suaka dari Afrika yang terdampar di Hamburg, St. Pauli

- menyediakan tempat penampungan serta perlengkapan kepada mereka sebagai program pertama dari Kiezhelden. Warna hijau-merah-hitam merupakan warna bendera Pan-Afrika, tempat dari sebagian besar para pencari suaka tersebut berasal.
- e) Opini: Naskah yang mengangkat analisis opini dari penulis terhadap suatu hal tertentu. Misalnya: *Agus Indra dan Manfaat Berdoa Sebelum Berlaga*. Naskah ini diunggah pada 2 februari 2017. Melakukan wawancara dan study teori dari Penelitian Ravizza (2002) yang berjudul “*A Philosophical Construct: A Framework For Performance Enhancement*”, menemukan bahwa ketika komponen fisik, mental, dan emosional bergabung, maka akan muncul gerakan dimensi spiritual yang dirasakan individu dalam usahanya mencapai tujuan.
- f) Taktik: Naskah analisis taktik sepakbola terbaru. Biasanya diisi oleh penulis yang memang berprofesi sebagai *analist* sepakbola. Misal: *Revolusi Gaya Bermain Pragmatis menjadi Atraktif West Ham United*, diunggah pada 20 Maret 2015. Penulis adalah seorang *analist* yang bekerja secara profesional di Labbola. Perusahaan penyedia data statistik olahraga di Indonesia.
- g) Tata kelola: Naskah analisis tentang tata kelola sepakbola. Misalnya: *Empat Situs Terbaik Klub Indonesia*. Diunggah pada 20 November 2015. Mengangkat mengenai situs web klub sepakbola dengan pendekatan tata kelola yang baik dan benar.

h) Transfer: Sepakbola sangat dekat dengan perpindahan pemain dan nilai trasfernya. Naskah ini khusus menganalisis mengenai itu. Misalnya: *Siapa Suruh Tawar Pogba 100 Juta?* Naskah ini diunggah pada 16 Juli 2016 dan telah dilihat sebanyak 7.000 *views*. Menganalisis nilai transfer Pogba dan kejadian *overrated* yang dialami.

2) Feature: Menghadirkan tulisan dengan berbagai ilmu pengetahuan umum bagi pembacanya. Tulisan feature memberikan penekanan pada fakta-fakta yang dianggap mampu menggugah emosi dan menghibur. Fandom. Indonesia membaginya menjadi 7 tema feature yaitu:

a) Akademi: Naskah mengenai tulisan feature mengenai selukbeluk akademi sepakbola. Misalnya: *Menjadi Pelatih Sepakbola Usia Dini*, yang diunggah 24 Oktober 2015 dan telah dilihat sebanyak 6.800 *views*. Bercerita tentang fakta dilapangan mengenai pelatih sepakbola untuk anak-anak dan tantangan yang harus dihadapinya.

b) Hiburan: Naskah feature mengenai tulisan hiburan, kelebihan dari naskah feature itu sendiri. Misalnya: *Hikmah di Balik Euro 2016*, yang diunggah 27 Juni 2016 lalu. Naskah itu mengakat data statistik Cristian Ronaldo yang notabene pemain terbaik dunia hanya menghasilkan 38 tembakan, 12 yang mengarah ke gawang dan hanya 2 gol tercipta. Selebihnya meleset dan satu tendangan penalti gagal. Ia pun menjadi pemain Portugal pertama yang gagal menendang penalti di turnamen major.

- c) **Kultur:** Naskah feature dengan pendekatan budaya atau kultur. Misalnya: *Persibo Bojonegoro, Lumpia dan Buku*. Mengangkat klub sepakbola dari Bojonegoro dengan harapan para penjual lumpia di stadion.
- d) **Profil:** Naskah feature dengan menangkat profil pemain sepakbola. Misalnya: *Muchlis Hadi Ning Syaifullah: Mulai Unjuk Kualitas Sebagai Penyerang Masa Depan Indonesia*, diunggah pada 7 April 2015. Muchlis merupakan pemain muda timnas Indonesia. Berposisi sebagai penyerang dan kebanyakan berada di posisi tersebut.
- e) **Resensi:** Naskah feature yang mereview tentang buku sepakbola. Misalnya: *Kota, Klub dan Pasoepati: Harapan di Balik Catatan*, diunggah pada 24 April 2016. Mengulas judul buku: *Kota, Klub, dan Pasoepati: Satu Dekade Dinamika Supoter Surakarta*, Pengarang: Devi Fitroh Lail, Penerbit: Buku Litera, Tahun terbit: Cetakan pertama, 2016, Dimensi buku: 14x21cm xvii, 122 halaman dan Harga buku: Rp 50,000.
- f) **Sejarah:** Naskah feature yang mengangkat kembali cerita-cerita lama sepakbola nasional dan internasional. Misal: *Mengingat Kembali Petrokimia Putra: Juara Tanpa Mahkota Ligin Pertama*, diunggah pada 24 Oktober 2016. Bercerita tentang kisah klub Petrokimia Putra yang menjuarai Liga Nasional Pertama 1994/1995.
- g) **Wawancara:** Naskah feature mengenai wawancara hal yang berhubungan dengan sepakbola. Misalnya: *Novan Herfiyana: Jatuh Hati*

Pada Pengarsipan Sepak Bola Indonesia, yang diunggah pada 6 Maret 2015. Mengangkat tikok arsiparis sepakbola, Novan Herfiyana dalam format wawancara mendalam.

3) Editorial: Mengangkat naskah tentang pandangan khusus dari redaksi, kebijakan tentang sepakbola, dan hal lainnya. Misalnya: *Memperbincangkan Media Komunitas Bersama Sleman Fans*, yang diunggah pada 4 februari 2017. Bagaimana redaksi memberikan pandangan mengenai tantangan media komunitas ke depan akan semakin berat jika kita tak berusaha membenahi diri. Wacana Dewan Pers untuk menerbitkan sertifikasi media guna menanggulangi *hoax* yang menyebar bak jamur di musim penghujan itu pastinya akan berdampak pula pada media komunitas yang umumnya tak memiliki legalitas hukum.

4) Event: Melalui rubrik event, Fandom Indonesia mencoba membagikan informasi kegiatan terkait sepakbola dan olahraga. Event yang ditampilkan terbagi menjadi dua, event internal dan eksternal. Event internal sifatnya lebih kepada fandom.id yang menginisiasi event. Misalnya: *Laporan Kegiatan Charity Kalender Sepak Bola 2015*, yang diunggah pada 28 April 2015. Fandom menjual Kalender dengan *artwork* pemain-pemain legendaris sepakbola dan hasil tersebut untuk amal. Hasil uang sebesar 200 ribu rupiah disalurkan melalui alumni dan mahasiswa Ilmu Hubungan Internasional yang menyelenggarakan kegiatan “Bagi-bagi Sarapan untuk Sesama” pada hari Sabtu, 28 Maret 2015. Sementara sisanya seperti yang telah disebutkan sejak

awal didonasikan untuk kegiatan sepak bola Jagsas di Susukan, kabupaten Semarang, dan *Coin a Chance Jogja*.

Sedangkan untuk naskah event eksternal yaitu event dari luar Fandom Indonesia yang bersinggungan dengan sepakbola dan olahraga. Fandom Indonesia cukup selektif untuk mengangkat event dari eksternal. Memilih event yang benar-benar memiliki tujuan yang bisa dirasakan banyak orang. Misalnya; Bina Putra Jaya Cup 2016, yang diunggah pada 22 September 2016. Ini merupakan kejuaraan Kelompok Umur (KU) 10 (kelahiran tahun 2006 dan seterusnya). Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 22, 23, dan 30 Oktober 2016. Tidak hanya SSB se-Yogyakarta, kejuaraan ini terbuka untuk seluruh SSB yang ada di pulau Jawa.

5) Trivia: Rubrik ini berisi tiga jenis konten tambahan, hiburan dan pelengkap.

a) *Fandomagz* adalah konten yang berisi mengenai tulisan dari kumpulan penulis yang dibuat seperti *e-Magz*. Siapapun bisa mengaksesnya tanpa dipungkut biaya. Tercatat hingga bulan Juni 2016, Fandom Indonesia sudah mengeluarkan 9 edisi.

b) *Quiz*, merupakan konten hiburan tentang pertanyaan-pertanyaan yang dibuat dari perkembangan sepakbola dan olahraga terkini. Kuis Trivia ini hadir sebagai *treatment* tambahan, tercatat sudah 8 kali diselenggarakan. Edisi: Liga Champions, Premier League 1, La Liga 1, Bundesliga 1, Copa America Centenario 2016, euro 2016, Seria A dan Piala AFF 2016.

c) Video, adalah konten *side project* untuk beberapa tema bahasan mengenai sepakbola lokal dan nasional. Fandom Indonesia sudah mengunggah 9 video dengan format diskusi dengan para penulis maupun komunitas pecinta sepakbola. Trivia pada dasarnya merupakan konten ringan yang tidak menyangkut informasi penting. Trivia bertujuan untuk menghibur pembaca melalui *gimmick* dan menjadi salah satu konten tambahan untuk meningkatkan kedekatan dengan pembaca.

Seluruh rubrik di atas diunggah dalam periodisasi yang bersifat situasional. Tidak ada jadwal khusus untuk rubrik tertentu hadir dalam waktu yang sama. Sebagai pengingat, Fandom Indonesia masih sangat bergantung kepada tulisan kontributor dan mengulas kejadian-kejadian masa lalu, hari ini hingga prediksi. Jenis rubrikasi terlihat memiliki kesamaan, hal ini memang menjadi karakteristik Fandom Indonesia untuk terus mengolah dalam bentuk feature.

b. Produksi Feature Fandom Indonesia

Fandom Indonesia menerapkan dua jenis alur kerja produksi naskah berita. Hal ini karena keredaksiannya mengenal dua cara dalam pengumpulan naskah. Melalui dua kelompok, yaitu internal dan kontributor seperti yang telah penulis jelaskan di atas. Secara internal Tiga orang bertugas menyiapkan naskah dalam susunan jadwal. Dalam setiap 3 hari satu orang memiliki tugas untuk membuat minimal 1 naskah jika kontributor tidak sama sekali mengirimkan naskah ke redaksi internal. Tidak hanya itu tugasnya hingga akhirnya mempublikasi naskah yang sudah diunggah ke media sosial yang mereka miliki.

Fandom Indonesia juga menerapkan *administrator* media sosial dan website. Kesamaan isi berita di antara naskah dengan naskah hari berikutnya sudah dibahas pada rapat redaksi yang diadakan dua mingguan. Sedangkan untuk kontributor setiap naskah dikurasi oleh editor.

1) Alur Kerja Fandom

Alur kerja Fandom Indonesia terbagi menjadi dua cara. Hal ini karena berhubungan dengan keredaksian yang diterapkan oleh Fandom Indonesia.

- a) *Internal workflow*: Setiap orang yang diberi tugas dan tanggung jawab liputan, dalam proses ini dengan segera melakukan proses liputan. Proses liputan bisa dalam berbagai cara, tergantung dengan kebutuhan rubrik yang akan dikerjakan. Misalnya; Rubrik Analisis, dalam rubrik analisis yang kerap dikerjakan adalah analisis jalannya pertandingan. Analisis pertandingan ini bisa dilakukan di *Fandom Space* atau di rumah masing-masing penulis. Penulis akan mengamati jalannya pertandingan sepakbola melalui saluran televisi atau mengakses situs *tv streaming* maupun *YouTube*. Sebab, beberapa pertandingan internasional tidak ditayangkan oleh TV nasional. Setelah melakukan proses ini, pasca pertandingan penulis langsung membuat naskah tulisan. Biasanya waktu yang dibutuhkan 1-3 jam setelah pertandingan selesai. Durasi waktu ini tergantung dengan penguasaan materi dari masing-masing penulis.
- b) *Kontributor workflow*: Fandom Indonesia tercatat memiliki 135 kontributor. Ada dua jenis cara kontributor lakukan. Pertama, kontributor

bisanya menghubungi Fandom Indonseia melalui surel, telepon bahkan *whatsapp*. Hal ini dilakukan untuk kepentingan koordinasi mengenai materi liputan dan diskusi materi naskah. Setelah mendapat titik temu. Selanjutnya, kontributor melakukan tugas liputan atau langsung menuliskan naskah. Kedua, langsung menulis naskah dari hasil temuan-temuan yang mereka lakukan.

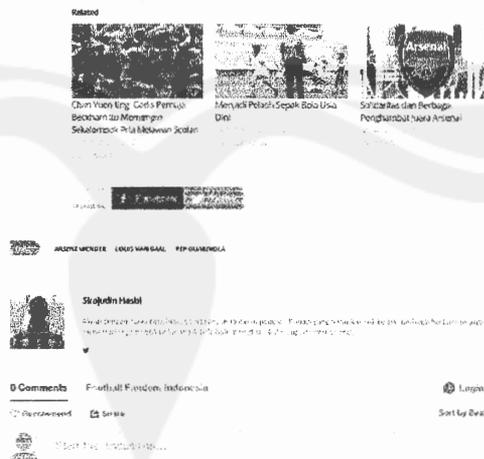
2) Tampilan Naskah

Dalam tampilannya naskah yang sudah diunggah akan di rubrikasi berdasarkan garis besar tulisan. Hal ini sebenarnya dilakukan oleh Fandom Indonesia agar pembaca dengan mudah menemukan tulisan yang diinginkan. Pada tampilan atas adalah letak dari logo fandom.id dan kelima rubrik yang mereka miliki. Baris selanjutnya adalah jenis rubrik dan *lead* naskah atau judul. Disusul oleh nama penulis di sebelah kiri dan tampilan jumlah *views*/pengunjung tulisan. Fandom Indonesia juga menggunakan ilustrasi gambar atau foto cerita sebagai pengantar naskah. Di bawahnya ada *link* media sosial dan jumlah sebaran yang pernah dilakukan oleh pembaca.

Diakhir tampilan, Fandom Indonesia juga menautkan *related link* yang bertujuan untuk memudahkan pembaca untuk membaca naskah dengan pembahasan serupa. Selanjutnya nama penulis dengan deskripsi singkat dan diakhiri dengan kolom komentar untuk pembaca. Berikut adalah tampilan naskah Fandom Indonesia :



Gambar 2: Tampilan Wesbite Fandom Indonesia
 (Sumber: <http://fandom.id/> Diakses pada Selasa, 30 Mei 2017 pukul 23.33 WIB)



Gambar 3: Tampilan Wesbite Fandom Indonesia
 (Sumber: <http://fandom.id/> Diakses pada Selasa, 30 Mei 2017 pukul 23.33 WIB)

3) Editing Naskah

Semua naskah dikirim melalui email: fandom.indonesia@gmail.com. Selanjutnya akan memasuki proses kurasi naskah. Dalam proses ke kurasi Fandom Indonesia menerapkan 3 seleksi naskah:

- a) Sudah pernah diunggah di media lain atau *Plagiarism*: Naskah yang sudah pernah dimuat di media lain atau seutuhnya milik orang lain dengan otomatis akan ditolak oleh Fandom Indonesia. Serta tidak ada kesempatan untuk merevisinya.
- b) Tidak Sesuai dengan karakteristik Fandom Indonesia: Hal ini terkait naskah yang biasanya dikirim dalam bentuk tulisan *hardnews*, tidak sesuai dengan visi-misi Fandom Indonesia serta naskah tidak sejuk. Artinya, Fandom Indonesia tidak menerima naskah selain berita feature dan bukan karya jurnalisisme sejuk. Jurnalisisme sejuk menurut Fandom Indonesia sendiri adalah naskah yang tidak mengandung unsur kebencian serta tidak provokatif. Sebab, tulisan feature bisa menjadi tempat yang nyaman untuk membuat maksud tertentu dengan berbentuk cerita dalam naskah. Selain itu juga menjaga kredibilitas dan konsistensi tulisan.
- c) Naskah Tidak Valid: Seleksi kebenaran naskah kiriman ini untuk mencegah tayangnya berita bohong. Proses ini menjadi proses yang cukup memakan waktu lama. Sebab Fandom Indonesia akan mengkaji data-data yang berada di dalam naskah, serta kemudian mengecek dengan data

naskah yang masuk. Hal ini dilakukan oleh tiga orang yang berada di dalam keredaksian internal. Naskah kemudian akan dikembalikan kepada kontributor untuk dibenahi dan dilengkapi. Setelah itu, jika naskah direvisi maka berhak tayang.

Dalam proses ini penulis hendak memberikan beberapa gambaran contoh naskah: *Menjadi Guru di Kerasnya Sepakbola Inggris*, yang ditulis oleh Sirajudin Hasbi. Setelah 3 jenis seleksi terlewati maka menghasilkan naskah siap unggah. Kurator atau editor naskah kemudian login panel admin website *fandom.id*. Pada tahap ini, mereka menyebutnya sebagai *backroom*. Menyunting naskah langsung didalam panel admin dengan ketentuan seperti, satu alinea hanya terdiri dari 4 sampai 5 paragraf, seperti:

Jika Anda seorang pelatih sepakbola atau ingin menjadi pelatih tim senior, maka salah satu yang perlu dijawab pertama-tama, akan menjadi seorang guru atau manajer kah Anda?

Seorang guru akan sabar melatih muridnya. Dari yang kemampuannya biasa-biasa saja menjadi bagus. Dari yang bagus bisa menjadi *world class*. Tapi, untuk melakukan itu semua, maka Anda butuh waktu dan ketelatenan yang amat sangat.

Satu lagi yang perlu diingat, bahwa tak semua yang dilakukan akan berhasil. Tak semua potensi murid bisa maksimal dieksplorasi. Ancaman kegagalan begitu besar adanya.

Gambar 4: Tampilan Naskah Fandom Indonesia

(Sumber: <http://fandom.id/> Diakses pada Sabtu, 20 Mei 2017 pukul 16.39 WIB)

Proses selanjutnya adalah memberi warna khusus untuk beberapa kata yang *familiar*. Hal ini dilakukan untuk pembaca agar tidak bosan dan

menarik mata sekaligus *link* untuk tulisan lain dengan kata yang sama, seperti pada alinea ke 10.

Ada dua nama lagi yang bisa dijadikan untuk contoh. Louis van Gaal dan Peo Guardiola, guru yang selalu menekankan filosofinya, tanpa terlalu peduli dengan keinginan anak-anaknya. Dua orang keras kepala yang enggan beradaptasi dengan dinamika di tim yang diasuhnya.

Gambar 5: Tampilan Naskah Fandom Indonesia

(Sumber: <http://fandom.id/> Diakses pada Sabtu, 30 Mei 2017 pukul 16.43 WIB)

Setelah semua proses kurasi dan tahap *backroom* dilalui, selanjutnya menyiapkan grafis dan foto untuk menunjang isi naskah yang akan diunggah.

4) Pembuatan Grafis dan Foto

Fandom Indonesia biasanya menggunakan grafis dan foto dari situs web lain dan layanan *Getty Images*. *Getty images* adalah layanan penyedia stok foto yang ditautkan ke dalam website. Ini tergantung dengan kebutuhan dari tulisan, jika ada tulisan dengan stok foto dan grafis milik Fandom Indonesia, maka akan digunakan. Jika tidak ada, maka menggunakan dari situs web lain dan *Getty Images*. Tentunya beserta dengan pencantuman sumber grafis dan foto. Misal: *fourfourtwo.com* dan bisa dilihat pada contoh Tampilan Naskah di atas.

5) Distribusi Naskah

Naskah dan grafis atau foto yang sudah diunggah kemudian akan didistribusikan kepada pembaca melalui *Twitter* maupun *Facebook*. Dengan periode waktu yang telah ditentukan. Fandom Indonesia membagi menjadi 3

periode waktu, yaitu: Pagi (07.00-09.00), Siang (12.00-14.00) dan Malam (19.00-21.00).

B. DESKRIPSI KERJA MAHASISWA

Penulis melakukan kegiatan Kuliah Kerja Lapangan dimulai pada hari Senin, 16 Januari 2017 dan berakhir hingga Senin, 20 Februari 2017. Sebelumnya penulis sudah mengenal Fandom Indonesia dalam berbagai kegiatan literasi sepakbola. Salah satunya kerap menjadi pemantik diskusi dalam acara *Hyperbola*. Hal ini memudahkan untuk menyesuaikan proses magang atau Kuliah Kerja Lapangan di Fandom Indonesia.

Pada minggu sebelum proses magang berlangsung, penulis masuk dalam grup jejaring *whatsapp* Fandom Indonesia dan terlibat langsung dalam rapat redaksi. Rapat redaksi berbentuk diskusi untuk menyaring ide-ide baru yang akan diproduksi oleh Fandom Indonesia. Pada tahap itu penulis mempelajari alur kerja dan mengenal lebih jauh Fandom Indonesia. Penulis membaginya dalam beberapa kegiatan, berikut:

1. Membuat konten untuk *Instagram*

Pada minggu pertama memulai aktivitas bekerja, penulis sudah mulai diberi tugas dan kewajiban mengembangkan salah satu media sosial Fandom Indonesia yaitu *Instagram*. *Instagram* merupakan media sosial yang bisa lebih mendekatkan media kepada pembacanya. Hal ini penting bagi Fandom Indonesia mengingat pangsa pasarnya sebagian besar adalah konsumen yang melek media. *Instagram* juga sebagai salah satu media sosial yang mudah digunakan oleh penggunaanya. Konten-

konten gambar dan video yang diunggah bisa sebagai salah satu *direct* untuk membaca website *fandom.id*. Gaya *postingan* memang hampir mirip dengan unggahan di *Facebook*. Menautkan dengan artikel yang diunggah atau sudah pernah ditulis oleh Fandom Indonesia. Deskripsi atau *caption* hanya secukupnya. Kalimat tidak harus sama dengan artikel tertaut. Bisa merubah dalam kalimat lain namun intinya tetap sama.

Untuk teknis ukuran grafis gambar yang diunggah, Fandom Indonesia hanya menyarankan ukuran 1:1 atau *square*. Ukuran yang sama akan membuat tampilan *instagram* terlihat rapih dan menarik untuk dilihat. Untuk grafis gambar, penulis menggunakan *tools Photoshop*. Sedangkan untuk *tools* pembuatan video, penulis menggunakan *Adobe Premier*. Berikut beberapa contoh konten yang telah diunggah oleh penulis.

Grafis:



Gambar 6: Grafis Luis Milla Aspas

(Sumber: [instagram.com/fandom_id](https://www.instagram.com/fandom_id) Diakses Rabu, 31 Mei 2017 pukul 00.09 WIB)



PRO
EVOLUTION
SOCCER
YANG TAK
LEKANG OLEH
WAKTU

fandom_id Diikuti

fandom_id Setuju tidak kalau dikatakan PES 2015 adalah game sepak bola terbaik hingga sekarang?

Analisis selengkapnya bisa dibaca di fandom_id

#fandomid

shotwamuisi Keyaknya ini suara hati penduduk setoran deh. Setuju!

m_lebet1698 Sampai sekarang masih banyak yg mainin bahkan modding

bagasreza_Selju kalo ini mah... dimasgakan Ntaaps

111 suka

Tambahkan komentar...

Gambar 7: PES

(Sumber: [instagram.com/fandom_id](https://www.instagram.com/fandom_id) Diakses Rabu, 31 Mei 2017 pukul 00.09 WIB)

Video:



fandom_id Diikuti

fandom_id 250 gol sudah ditorehkan oleh Wayne Rooney dan mengukulkannya menjadi penyerang terbanyak untuk Emu. Tapi harus diakui juga performanya turun dalam beberapa tahun terakhir. Menurutmu, apa sudah waktunya Rooney diganti di Emu?

#fandomid

296 tayangan

Tambahkan komentar...

Gambar 8: Video Wazza

(Sumber: [instagram.com/fandom_id](https://www.instagram.com/fandom_id) Diakses Rabu, 31 Mei 2017 pukul 00.015 WIB)

2. Kegiatan Diskusi Media Komunitas: Tantangan Kekinian dan Masa Depan

Penulis diajak untuk mempersiapkan materi diskusi terkait media komunitas supporter sepakbola. Pada kesempatan kali ini, pemred Fandom Indonesia mengajak penulis menjadi salah satu pembicara. Diskusi seputar media komunitas yang diselenggarakan di salah satu cafe di seputaran Ring Road Utara Jogja. Topik diskusi yaitu, bermunculan banyak media komunitas yang memberitakan PSS Sleman, maupun tentang suporternya. Selalu ada pro dan kontra terkait pengelolaannya. Juga ada efek positif maupun negatif yang timbul dari kehadiran banyaknya saluran yang berkicau mengenai klub sepakbola PSS Sleman. Persoalannya kemudian, apakah media komunitas tersebut menganut atau setidaknya memahami apa yang menjadi kode etik jurnalistik? Pilihan redaksi seperti apa yang digunakan oleh pengelola media komunitas tersebut?

Dalam diskusi tersebut penulis diberi kesempatan untuk memaparkan pandangan dari pengalaman terkait media komunitas dan batasan yang harus diketahui. Penulis mencoba mengambil contoh kasus yang terjadi untuk menjadi bahan diskusi, yaitu: mengenai penggunaan media sosial dan media komunitas yang hendaklah menyebarkan informasi yang bijak untuk tidak menyulut pertikaian dalam kehidupan nyata. Sebab pada dasarnya, sepakbola bisa menjadi alat perdamaian. Ini sangat penting, mengingat kerap sekali aksi-aksi kekerasan yang

dilandasi oleh perbedaan mendukung klub sepakbola. Sebab, sudah banyak sekali pertikaian yang berujung dengan hilangnya nyawa dari suporter sepakbola.

Hal ini sangat penting untuk disikapi, karena media komunitas sepakbola menguasai hajat hidup orang banyak. Kekeliruan pemberitaan atau berita yang provokatif bisa menimbulkan pertikaian antarsuporter di kehidupan nyata.



Gambar 9: Grafis Poster Media Komunitas Sepakbola

(Sumber: [instagram.com/fandom_id](https://www.instagram.com/fandom_id) Diakses Rabu, 31 Mei 2017 pukul 00.45 WIB)

3. Pendataan Naskah

Pada minggu ketiga dan keempat, penulis mendapatkan tugas pendataan tulisan yang sudah diunggah oleh Fandom Indonesia selama sebulan proses magang. Hal ini bertujuan untuk membantu Fandom Indonesia dalam pendataan tulisan atau berita yang sudah dipublikasi. Pada minggu-minggu tersebut penulis terus melakukan kordinasi dengan redaktur untuk mendapatkan akses pendataan naskah yang sudah diunggah. Proses ini berjalan dengan semestinya karena Fandom

Indonesia selama ini pernah melakukan pendataan serupa namun sempat terhenti karena kekurangan SDM.

Berikut adalah pendataan naskah yang menjadi agenda penulis selama proses magang pada minggu ketiga dan keempat:

Tanggal	Judul	Rubrik	Penulis
16/1/2017	Red Square: Ketika Politik dan Propaganda Menetas di Lapangan Sepakbola	Sejarah	Andhika Gilang Al Afghani
16/1/2017	Kongres I Viking Frontline: Vox Bobotoh, Vox Dei	Event	Fandom
17/1/2017	Sepakbola dan Masalah Penggunaan Bahasa	Opini	Yamadipati Seno
18/1/2017	Di Balik Logo Juventus yang Sederhana dan Mudah Diingat	Tata Kelola	Aditya Rizki

19/1/2017	Anda Lelah, Pep?	Opini	Isidorus Rio
20/1/2017	Sejarah Trofi Piala Afrika	Sejarah	Budi Windekind
21/1/2017	Dimitri Payet dan Diego Costa: Meletakkan Loyalitas pada 'empatnya	Opini	Alto Kusumo
22/1/2017	Mau Bermain Sepakbola yang Bagaimana, Luis Milla?	Opini	Isidorus Rio
23/1/2017	Refleksi Masa Muda Slaven Bilic dalam Diri Dimitri Payet	Opini	Andhika Gilang Al Afghani
24/1/2017	Pro Evolution Soccer 2013 yang Tak Lelang Oleh Waktu	Opini	Arif Utama

25/1/2017	El Pichichi: Rafael Moreno Aranzadi yang Abadi	Profil	Dani Rayoga
26/1/2017	Arrigo Sacchi: Mujaddid dari Negeri Pizza	Profil	Rijal Mummazziq Z
27/1/2017	Massimo Luongo: Pemain Australia Keturunan Indonesia	Profil	Rizki Maulana
27/1/2017	Mengutuk Tindakan Kekerasan pada Turnamen Sepakbola Usia Dini	Event	Fandom
28/1/2017	Kami Ada Karena Persela	Sejarah	Miftakhul FS
29/1/2017	Apakah Alex-Oxlade Chamberlain Mampu Bermain Sebagai	Taktik	Yamadipati Seno

	Gelandang		
30/1/2017	Menjadi Guru di Kerasnya Sepakbola Inggris	Kultur	Sirajudin Hasbi
31/1/2017	Transformasi Mario Mandzukic dalam Skema Baru Juventus	Taktik	Fahmin
1/2/2017	Vujadin Boskov: Simbol Kejayaan Sampdoria	Feature	Budi Windekind
2/2/2017	Agus Indra dan Manfaat Berdoa Sebelum Berlaga	Analisis	Joko Samudro News
3/2/2017	Frank Lampard & Steven Gerrard: Sebuah Epitome	Feature	Yamadipati Seno
4/2/2017	Memperbincangkan Media Komunitas	Editorial	Sirajudin Hasbi

	Bersama Sleman Fans		
5/2/2017	Menerapkan Etika Jurnalistik dalam Kasus Berita Bohong The Sun	Analisis	Rizki Maulana
6/2/2017	Ode Carpe Diem Steven Gerrard	Feature	Aditya Rizki Yudiantika
7/2/2017	Piala Presiden dan Turnamen Pramusim di Indonesia	Feature	Alief Maulana
8/2/2017	Para Mursyid di Lapangan Hijau	Analisis	Rijal Mumazziq Z
9/2/2017	Apa Dampak Akuisisi Persebaya Terhadap Jawa Pos?	Analisis	Narayana Mahendra Prastya
10/2/2017	Sheriff Tiraspol: Jawara dari Kultur Timur Sungai	Analisis	Andhika Gilang Al Afgani

	Dniester		
11/2/2017	Sepakbola dan Ganja	Analisis	Fawaz bin Abdul Rahim
12/2/2017	Chen Yuen-ting: Gadis Pemuja Beckham Itu Memimpin Sekelompok Pria Melawan Scolari	Feature	Alto Kusumo
13/2/2017	Manuel Rui Costa: Sang Mestro dari Amadora	Feature	Fawaz bin Abdul Rahim
14/2/2017	Menulis Surat Untuk Teman Masa Depan, Seperti Messi Untuk Antonella	Feature	Agie Vadhillah
15/2/2017	Andri Syahputra dan Bakat Sepakbola Anak- Anak Aceh	Analisis	Ariful Azmi Usman

16/2/2017	Jejak Arab Hadrami dalam Persepakbolaan Indonesia	Feature	Rijal Mumazzaiq Z
-----------	---	---------	--------------------------

Selama tanggal 16 Januari 2017 hingga 16 Februari 2017, Fandom Indonesia telah mengunggah 34 naskah ke dalam websitenya. Dalam setiap harinya Fandom Indonesia rata-rata hanya mengunggah 1 naskah. Namun, pada tanggal 16 Januari 2017 dan 27 Januari 2017 ada 2 naskah yang diunggah.

4. Rapat Redaksi dan Produksi Naskah

Pada minggu terakhir penulis melakukan KKL, penulis berkesempatan mengikuti rapat redaksi yang sedikit membahas tentang alur produksi naskah Fandom Indonesia.

Alur produksi memiliki kesamaan dengan keredaksian Fandom Indonesia. Secara keseluruhan, penulis dan kontributor dibebaskan untuk melakukan peliputan dengan tema sepakbola. Fandom Indonesia menggunakan layanan komunikasi *whatsapp* dan *email* untuk penunjang kinerja dalam proses ini. Grup *whatsapp* kontributor merupakan salah satu cara Fandom Indonesia membahas topik yang akan diangkat atau usulan topik. Dalam hal ini tidak ada penunjukan kepada kontributor untuk menulis sesuai permintaan dari Fandom Indonesia.

Kontributor bebas menulis tentang hal apapun yang berhubungan dengan sepakbola. Semua naskah akan dikumpulkan dalam tujuan alamat email yang sama. Redaksi tinggal memilih naskah-naskah yang akan diunggah. Fandom Indonesia juga memproduksi tulisan tentang aktivitas di luar negeri atau lingkup sepakbola internasional. Mereka biasanya menggunakan sumber-sumber media online atau stasiun tv luar sebagai bahan rujukan.

C. ANALISIS KULIAH KERJA LAPANGAN

Misi Fandom Indonesia adalah menggerakkan literasi tentang sepakbola Indonesia dan memberi sumbangsih bagi perkembangan sepakbola Indonesia. Sebagai salah satu media daring dengan bahasan sepakbola, Fandom Indonesia membuktikan diri kepada masyarakat sebagai media di Indonesia yang memiliki peran positif bagi masyarakat. Tidak hanya memberikan literasi mengenai pengetahuan sepakbola namun juga membuktikan dengan kegiatan-kegiatan diluar penulisan. Sehingga, masyarakat umum bisa terlibat dalam memberikan sumbangsih tulisan dan kegiatan melalui media daring, Fandom Indonesia. Jelas, ini nilai lebih yang dimiliki oleh mereka sebagai media tidak hanya memberikan informasi, tapi lebih dari itu.

Fandom Indonesia juga membuktikan bahwasanya bisnis media tidak melulu berhubungan dengan iklan dari pihak luar. Mereka menjalankan roda bisnis agar tetap bisa menghidupi media melalui *Fandom Store*. Hal yang jarang dilakukan media massa lain, mengingat tawaran iklan yang masuk juga cukup menggiurkan. Bisnis

sehat, yang kemudian tidak mempengaruhi tulisan-tulisan maupun *layout* website sehingga pembaca tetap merasa nyaman untuk mengonsumsi Fandom Indonesia.

Sebagai media online, Fandom Indonesia pada dasarnya telah memenuhi karakteristik media online sebagai berikut. Menurut Yayan Sopian 2001 (Nurudin, 2009: 18), pertama adalah kemudahan bagi pengakses untuk mengalihkan waktu pengaksesan. Hal ini bisa dilakukan Fandom Indonesia dalam penerbitannya tidak mengenal waktu. Bisa dilakukan dari pukul 00.00 sd 24.00. Namun, ini hanya dilakukan pada saat-saat tertentu saja dan sangat tergantung pada kemampuan media. Misalnya: mendistribusikan tulisan sebelum *kick off* Liga Champion yang dilakukan pada pukul 01.15 WIB.

Kedua yaitu, *real time*. Fandom Indonesia bisa langsung menyajikan tulisan atau naskah setiap saat. Sehingga pembaca dapat langsung menerima berita setiap waktu. Keempat adalah unsur multimedia. Merupakan bentuk dan publikasi yang lebih kaya. Hal ini bisa kita temui ketika mengunjungi rubrik Trivia. Ada banyak fitur di sana yang ditampilkan, serta grafis maupun ilustrasi tampilan yang menarik pembaca serta memanjakan mata. Fandom Magz adalah salah satu yang paling menonjol. Merupakan kumpulan tulisan mengenai sepakbola dengan format *e-Magz*, tampilannya menarik karena disertai ilustrasi gambar yang menawan.

Terakhir yaitu, interaktif. Sebagai media daring, Fandom Indonesia sangat interaktif untuk berdiskusi. Mereka menggunakan *twitter* dan *facebook* sebagai sarana media pendukung untuk bertemu pembaca. Selain itu, website Fandom Indonesia

juga tersedia *hyperlink*. Untuk memungkinkan *user* terhubung dengan situs yang lain seperti *twitter* dan *facebook*.

1. Keredaksian

Anggota redaksi Fandom Indonesia hanya berjumlah 3 orang yang terdiri atas beberapa jabatan yakni Pemred, Redaktur dan *Webmaster*. Namun struktur ini hanya sebatas penanggung jawab dalam beberapa hal yang berhubungan dengan Fandom Indonesia secara organisasi. Setiap jabatan tersebut memiliki tanggung jawab masing-masing. Pemred bertanggung jawab secara penuh atas pemberitaan-pemberitaan yang diunggah oleh Fandom Indonesia dan semua aktivitas diluar kepenulisan. Selain itu, bertugas memberikan arahan kepada semua tim dan kontributor tentang tulisan yang akan dimuat sesuai dengan visi misi Fandom Indonesia.

Redaktur bertanggung jawab atas mengedit tulisan, merevisi naskah yang masih salah dalam penggunaan tanda baca, hingga mengatur jadwal tayang tulisan yang sudah siap unggah. Sedangkan webmaster bertanggung jawab atas seluruh *maintenance website fandom.id*, layout serta design gambar yang akan digunakan oleh naskah tulisan. Pada dasarnya webmaster bertugas untuk pembuatan situs web hingga mengontrolnya. Sebab, ini menjadi faktor penting menyingkat platform Fandom Indonesia yang menggunakan internet dan website dalam cara penyebaran tulisannya. Ketiga struktur di atas juga memiliki kemampuan menulis dan berkewajiban membuat naskah dalam jadwal yang telah ditentukan. Selain itu, Fandom Indonesia juga memiliki 135 kontributor tulisan.

Dalam proses ke redaksiannya setiap hari memanfaatkan media komunikasi *WhatsApp* sebagai salah satu forum diskusi keredaksian mereka dengan para kontributor. Mereka membaginya menjadi dua jenis:

- a. *Open*: Kontributor tulisan bersifat terbuka. Memperbolehkan pembaca untuk mengirimkan tulisan melalui surel fandom.indonesia@gmail.com. Ketentuan untuk artikel dari pembaca tidak mengikat. Umumnya artikel yang dimuat oleh Fandom Indonesia berbentuk feature atau analisis dengan panjang 400-800 kata. Dalam proses filterasinya, editor sebagai kurator akan membaca naskah tersebut. Apabila idenya menarik dan penulisannya layak maka akan dimuat. Jika tidak, editor akan mengembalikan naskah tersebut untuk diperbaiki atau mengirimkan ke situs web lainnya. Hal ini dilakukan Fandom Indonesia untuk tetap menjaga kredibilitas tulisan dan tidak membatasi ruang gerak kontributor.
- b. *Invitation*: Kontributor tulisan yang sifatnya undangan. Fandom mengundang dan mengajak penulis untuk membuat artikel tentang literasi sepakbola yang nantinya akan dipublikasi di website fandom.id. Penulis-penulis ini biasanya mereka yang terbiasa mengisi tulisan di literasi sepakbola, pakar sepakbola, analisis hingga *pyshoteraphy* sepakbola.

2. Proses Produksi

Fandom Indonesia mengenal dua jenis keredaksian. Tentu hal ini juga berpengaruh dengan proses produksi tulisan yang dilakukannya. Secara internal, Fandom Indonesia menerapkan proses produksi hampir mirip dengan surat kabar,

majalah maupun tabloid. Dalam Ishwara (2005:91) Ronald Buel, mantan wartawan Wall Treet Journal mengatakan bahwa jurnalisme memiliki lima tingkat keputusan yakni penugasan, pengumpulan data, evaluasi, penulisan, dan penyuntingan.

Penugasan merupakan tahap penentuan liputan dan penentuan penanggungjawab liputan. Koordinasi antar tim dalam Fandom Indonesia sangat dibutuhkan dalam proses ini. Fandom Indonesia akan memilih penanggungjawab liputan berdasarkan meteri liputan dan penguasaan materi yang akan diliput. Pengumpulan data adalah tahap pengumpulan fakta-fakta terkait informasi yang diangkat dalam tulisan. Tentunya ini menjadi hal yang mutlak harus dilakukan oleh Fandom Indonesia dalam setiap naskah tulisannya. Evaluasi adalah tahap penentuan fakta sesuai dengan temuan dan diseleksi untuk dimasukkan ke dalam tulisan.

Dalam proses ini, Fandom Indonesia bisa memutuskan untuk tidak menggunakan beberapa temuan data dalam satu tulisan, melainkan memasukannya kedalam naskah tulisan baru. Jadi proses ini, Fandom Indonesia membuat beberapa naskah walaupun dengan sekali liputan. Penulisan adalah tahap penulisan berita serta kata-kata apa yang perlu digunakan. Proses penulisan ini dibebaskan kepada penulis dengan karakter gaya Bahasa penulis. Terakhir penyuntingan merupakan tahap penyuntingan naskah atau tulisan. Penyuntingan bisa dilakukan oleh editor hingga pemred sekalipun. Mengingat sebenarnya Fandom Indonesia cukup terbuka untuk bagian keredaksian.

Tentunya, proses penyuntingan berita harus disesuaikan dengan aturan-aturan yang telah disepakati bersama. Namun, dalam proses produksi tulisan

dari kontributor Fandom Indonesia hanya menerapkan proses penyuntingan saja. Hal ini dilakukan agar tetap menjaga kualitas tulisan yang akan diunggah ke dalam website Fandom Indonesia

3. Penulisan Berita

Setiap artikel ditulis dengan gaya bahasa yang sesuai dengan ciri khas Fandom Indonesia. Selain itu, panjang artikel disesuaikan dengan format-format naskah yang telah ditetapkan, yaitu hanya 400-800 kata. Tentunya proses ini merupakan perwujudan tahap penulisan dimana data dan fakta yang telah terkumpul dirangkum menjadi artikel.

a. Jenis Berita

Fandom Indonesia hanya menggunakan jenis *feature*. *Feature* tidak mengangkat peristiwa yang bersifat fiktif, namun fakta yang disusun dengan baik sehingga menjadi cerita yang kreatif, menarik, dan menghibur. Terdapat dua jenis *feature* yang kerap sekali digunakan Fandom Indonesia, yakni sebagai berikut:

1) *Bright Feature*

Jenis berita ini kerap mengangkat tema kemanusiaan atau *human interest* dalam beritanya. Penulisan dilakukan dengan gaya anekdot dan berujung klimaks pada akhir berita. Misalnya: *Menulis Surat Untuk Teman Masa Depan, Seperti Messi Untuk Antonella*, diunggah pada tanggal 14 februari 2017, ditulis oleh Agie Vadhillah. Sebuah tulisan *feature* tentang Messi yang dahulu masa SD pernah

membuat surat cinta kepada temannya yang berisi , *“Suatu hari nanti, kau akan menjadi pacarku.”* Ternyata temannya itu adalah tunangan Messi sekarang. Diakhir paragraf penulis juga menyertakan, *“buat kalian yang bahkan sudah lupa pernah menulis surat cinta untuk teman masa depanmu dulu, mari mulai bongkar kembali ingatan kalian, mungkin, nama yang kalian tulis di atas surat memang teman masa depanmu“*. Penulis mengangkat Messi tidak tentang prestasinya sebagai seorang sepakbola, namun kehidupan pribadi dan percintaanya yang menarik untuk diceritakan.

2) *Feature* Narasi

Jenis *feature* ini memiliki kesamaan dengan konsep penulisan *feature* pada umumnya. Dalam menulis narasi digunakan teknik-teknik seperti deskripsi, karakterisasi, dan plot. Jenis itu banyak sekali ditemui dalam rubrik analisis. Misalnya: *Apa Dampak Akuisisi Persebaya Terhadap Jawa Pos?* Tulisan ini diunggah tanggal 9 februari 2017, ditulis oleh Narayana Mahendra Prastya. Tulisan tersebut memiliki unsur deskripsi, karakterisasi hingga plot cerita. Mengolah peristiwa dalam analisis naskah masuknya Jawa Pos sebagai salah satu pelaku olahraga di Indonesia.

Merupakan kabar baik mengingat mereka telah menunjukkan kualitas dalam pengelolaan olahraga. Menurut penulis naskah ini

bisa menjadi *benchmark* bagi pengelola olahraga profesional lainnya.

Fandom Indonesia beberapa juga menggunakan jenis berita feature Wawancara. Menurut Ishwara (2005 : 58), feature wawancara berisi dialog wawancara antara wartawan dengan narasumber. Biasanya jenis ini disesuaikan dengan kebutuhan rubrik, misalnya rubrik profil.

b. Struktur Feature

Pada struktur feature, Fandom Indoensia menerapkan, struktur berita berupa *headline, lead, body, dan ending*. *Headline* adalah judul berita berisi informasi utama yang dimuat dalam berita tersebut dan disusun dalam satu atau dua kalimat pendek (Ishwara, 2005 : 93). Judul feature yang dipublikasi Fandom Indoensia cenderung panjang dan terkesan sedikit bercerita tentang isi tulisan Misal; Red Square: Ketika Politik dan Propaganda Menetas di Lapangan Sepakbola Tentunya pemilihan judul ini bertujuan untuk menarik minat pembaca yang gemar dengan tema tersebut.

Dalam *lead* terdapat berbagai informasi yang didapatkan melalui pertanyaan-pertanyaan dasar dalam melakukan pemberitaan, seperti apa, mengapa, siapa, kapan, di mana, dan bagaimana. Misal dalam naskah: *Menulis Surat Untuk Teman Masa Depan, Seperti Messi Untuk Antonella*. *Lead* ditulis dalam bentuk pertanyaan yang menarik dengan gaya anekdot, seperti berikut ini:

- *Mari kita bernostalgia sejenak sebelum membaca maksud dari tulisan ini. Wahai kalian para lelaki, apakah kalian pernah menulis sebuah surat cinta untuk gadis yang kalian sayang?*
- *Atau, mari pertanyaannya kita balik pada kaum perempuan. Wahai para gadis, apakah kalian pernah menulis sebuah surat cinta untuk laki-laki yang kalian kagumi?*
- *Jika Anda yang membaca ini sedang sibuk senyum-senyum sendiri, berarti jawabannya ya. Lalu, kapan kalian menuliskannya?*

Penulis membuat *lead* menjadi tiga kalimat tanya untuk sedikit menarik pembaca sebelum menuju tubuh tulisan/berita. Dalam Iswhara (2005 : 96-97), *body* adalah tubuh berita yang ditulis setelah *lead*, berisi fakta-fakta yang mendukung informasi dalam *lead* tersebut. Meupakan inti dari berita tersebut. Memaparkan fakta-fakta dengan bercerita. Gaya bahas pun terbaca bebas namun mudah untuk dimengerti. *Ending* atau penutup berita merupakan bagian akhir berita yang pada umumnya berisi kutipan sumber utama dan diakhiri dengan fakta-fakta tambahan maupun prediksi akan peristiwa selanjutnya yang mungkin terjadi terkait peristiwa dalam berita tersebut (Ishwara, 2005 : 98-99).

Misalnya dalam naskah: *Sepakbola dan Ganja*, yang diunggah tanggal 11 februari 2017 dan ditulis oleh Fawaz Bin Abdul Rahim. Penulis menutup tulisan dengan kutipan dari Bob Marley perihal ganja, "*Herb is the healing of a nation, alcohol is the destruction.*" Ia menambahkan,

“When you smoke the herb, it reveals you to yourself.” Dan, “Herb, herb is a plant. I mean herbs are good for everything. Why, why these people who want to do so much good for everyone, who call themselves governments and this and that. Why them say you must not use the herb?”

c. Editing

Proses terakhir yaitu *editing* atau penyuntingan. Menurut Patmono (1993:89), naskah berita yang dibuat wartawan akan disunting oleh editor. Dalam proses penyuntingan naskah, editor Fandom Indonesia tanggung jawab akan proses kerja penyuntingan, mulai dari mengkoreksi naskah berita hingga teknik pengiriman naskah (Assegaf, 1983:34). Editor Fandom Indonesia dalam proses dasarnya menggunakan referensi seperti buku-buku petunjuk, buku-buku rujukan, hingga kamus. Hal ini terlihat dari beberapa tulisannya bersumber pada buku sebagai rujukannya.

Penguasaan ini telah dilakukan oleh Fandom Indonesia sejak masih sebagai wadah *contet writer* serta *bloger* untuk Yahoo! Indonesia. Hal tersebut dikarenakan Fandom Indonesia menggunakan gaya bahasa yang kadang sulit dipahami terutama beberapa istilah dalam sepakbola. Untuk membuat terkesan ringan maka perlu menggunakan sumber lain, rujukan buku atau kamus sebagai referensi. Kemudian hal ini, menjalar pada pengetahuan yang mendalam tentang Bahasa Indonesia. Masih hal yang sama, termasuk penggunaan kata, hingga kosakata. Penting untuk editor

Fandom Indonesia untuk mempertahankan karakternya. Namun karakter tersebut harus sesuai dengan tata bahasa dan kata berdasarkan pakem EYD. Sebab, tulisan *feature* harus bisa dibuat semenarik mungkin tanpa harus meninggalkan pakem yang ada.

4. Sembilan Elemen Jurnalisme dalam Fandom Indonesia

Media dan wartawan hendaklah untuk menjalankan tugasnya dengan salah satu pendoman, yaitu Sembilan Elemen Jurnalisme. Menurut Bill Kovach dan Tom Rosenstiel, dalam *Sembilan Elemen Jurnalisme* (2004), merumuskan kebijakan utama jurnalis dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Hasil analisis penulis terhadap penerapan Pedoman tersebut pada naskah dan proses jurnalistik Fandom Indonesia dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Fandom Indonesia telah memenuhi elemen pertama yaitu: kewajiban menyampaikan kebenaran. Naskah-naskah yang sudah ditulis merupakan naskah yang berasal dari fakta dengan disiplin ilmu yang beragam. Setidaknya, Fandom Indonesia menjadikan kebenaran sebagai prinsip dasar naskah yang berhak tayang. Walaupun dalam jenis penulisan yang bersifat bercerita dari sudut pandang penulis. Penulis harus memiliki kejujuran terhadap fakta. Harsono (2013) mendukung pemikiran Kovach, dalam tataran jurnalistik kebenaran yang dimaksud adalah kebenaran fungsional. Maksudnya, penulis harus menyajikan informasi yang tepat. Kebenaran menjadi hal yang elementer.

- b. Fandom Indonesia memiliki loyalitas kepada masyarakat. Sepenuhnya Fandom Indonesia memiliki loyalitas pertama adalah kepada masyarakat. Sebab telah memberikan informasi untuk kepentingan bersama. Meskipun dalam lingkup sepakbola.
- c. Fandom Indonesia melakukan verifikasi. Esensi jurnalisme adalah disiplin verifikasi. Dalam rubrik-rubrik yang mereka miliki seperti analisis, penerapannya mirip jurnalisme data yang menonjolkan data dan angka. Data dan angka merupakan hasil dari verifikasi yang tentunya ini salah satu cara menghindari kekeliruan informasi.
- d. Elemen yang keempat, menjaga independensi dari objek liputan. Menurut analisis penulis, Fandom Indonesia terkadang belum bisa menjaga independensi dari objek liputan. Hal ini biasanya terjadi pada kontributor yang melakukan tugas liputan. Merupakan salah satu fans klub sepakbola yang diliput.
- e. Elemen kelima yaitu, memantau kekuasaan. Menurut penulis Fandom Indonesia sudah menerapkan dan sesuai dengan pemahaman elemen kelima. Bisa dilihat bagaimana Fandom Indonesia sangat *concern* untuk memberikan kritik dan saran untuk kebijakan Federasi Sepakbola Indonesia (PSSI). Hal ini juga bisa kita temui ketika mengetahui misi Fandom Indonesia.
- f. Jurnalisme sebagai Forum Publik. Ini merupakan elemen yang sangat kuat yang dimiliki oleh Fandom Indonesia. Hal ini dikarenakan Fandom Indonesia menerapkan keredaksian kontributor. Selain itu pembaca/masyarakat juga bisa

berkontribusi dalam situs web mereka. Baik itu dalam bentuk komentar seperti forum maupun kiriman naskah. Melalui diskusi tatap muka langsung dengan pembaca juga salah satu bentuk forum publik itu sendiri.

- g. Jurnalisme harus memikat dan relevan. Fandom Indonesia telah memikirkan komposisi tulisan, naik turun emosi pembaca, etika, norma dan sebagainya. Ini juga sebagai karakteristik yang dibangun oleh Fandom Indonesia. Substansi berita tetap ada dan dikomposisikan dengan kenyamanan pembaca.
- h. Fandom Indonesia membuat berita secara komprehensif dan proposional. Artinya, mereka tidak terjebak dalam bisnis media dan informasi yang sensasional.
- i. Elemen kesembilan adalah jurnalis mendengar hati nuraninya. Dalam struktur maupun keredaksiannya Fandom Indonesia membebaskan penulis untuk membuat naskah tanpa ada paksaan. Hal ini juga menjadi salah satu parameter untuk menyimpulkan bahwa penulis membuat karya sesuai hati nuraninya. Kemudian berlandaskan rasa etika dan tanggung jawab personal sebuah moral serta norma dalam masyarakat.

Penerapan Sembilan Elemen Jurnalistik ini tidak terlepas dari pengaruh ketiga struktur inti dalam Fandom Indonesia. Masing-masing struktur dipercayakan kepada individu yang kaya akan pengalaman dan latar belakang pendidikan. Sirajudin Hasbi, SIP adalah lulusan S1 dari Hubungan Internasional UGM. Ia aktif menulis, membuat buku dan giat dalam aktivitas literasi sepakbola nasional. Petrus Seno Wibowo, S.S adalah lulusan sarjana

Sastra Universitas Sanata Dharma. Kegemarannya menulis sastra dikolaborasi dengan ilmu pengetahuannya tentang sepakbola menjadi nilai lebih dalam mengolah tulisan feature yang ada dalam Fandom Indonesia. Selaku *webmaster* yaitu Aditya Rizki Yudiantika, S.T., M.Eng. Masa studinya baik S1 dan S2 dihabiskan di Teknik Informatika UGM. Aktif menulis di situs mojomok.co dan juga sekaligus menangani situs web mojomok.co.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Pada Kuliah Kerja Lapangan ini penulis tidak sempat membuat tulisan yang kemudian muncul di Fandom Indonesia. Kegiatan penulis pada proses Kuliah Kerja Lapangan lebih kepada membantu kegiatan non-penulisan yang memang masih kurang Sumber Daya Manusia. Mengacu pada teori yang penulis usung untuk menganalisis hasil proses Kuliah Kerja Lapangan. Dalam proses produksinya, Fandom Indonesia juga mengumpulkan, melaporkan, dan menganalisis data fakta atau informasi yang kemudian mengunggahnya dalam situs web.. *Platform* digital yang dimanfaatkan sesuai dengan aturan yang ada. Berikut kesimpulan penulis:

1. Dalam Sembilan Elemen Jurnalistik, Fandom Indonesia setidaknya telah memenuhi Delapan dari Sembilan Elemen Jurnalistik meskipun konten-konten yang ada tidak berupa *hard news* atau *berita-berita up to date*. Konten-konten di rubrik *fandom.id* kebanyakan adalah tulisan-tulisan feature yang membahas taktik, ekonomi, politik, sosial-budaya, hingga kajian-kajian populer yang semuanya masih berhubungan dengan sepakbola baik dalam maupun luar negeri. Hal ini terjadi karena kontributor yang melakukan tugas liputan biasanya merupakan salah satu fans klub sepakbola yang diliput. Tidak bisa dipungkiri, konsep media online dengan pangsa pasar dan pembaca dan kontributor yang *segmented* akhirnya menimbulkan hal semacam ini.

2. Proses produksi artikel dengan tema yang dinamis membuat situs sepakbola dengan gaya kepenulisan seperti ini jarang ditemui. Oleh karenanya, proses produksi jenis tulisan dengan gaya ini menjadi hal yang berbeda. Para kontributor berkontribusi dan bagaimana pihak Fandom Indonesia menyaring konten yang sesuai dengan idealisme mereka sangat menarik. Tidak adanya tekanan, keharusan dan aturan yang kaku membuat ruang gerak kontributor terasa lebih dinamis. Salah satu keunggulan lain yang dimiliki Fandom Indonesia adalah mereka mengakomodir para penulis-penulis baru dengan membebaskan si penulis berekspresi dengan gaya tulisannya sendiri-sendiri. Maka tidak heran jika tulisan-tulisan di halaman Fandom Indonesia memiliki sudut pandang yang berwarna serta lain daripada yang lain.
3. Fandom Indonesia, merupakan salah satu roda penggerak kesusastraan di bidang jurnalistik sepakbola, baik dalam maupun luar negeri dalam bahasa Indonesia. Ini tentunya perkembangan baru dalam dunia jurnalistik. Proses produksi tulisan yang mereka lakukan layaknya kegiatan jurnalistik pada umumnya. Selain itu penyajian data maupun angka yang ada dalam rubrik tertentu menjadi nilai tambah lainnya.

Produksi artikel berupa analisis, *feature*, dan serupanya merupakan sebuah bentuk usaha pelaporan dan pengarsipan yang kelak akan bisa diakses kapan dan di mana saja. Fandom Indonesia menjadi tempat untuk berbagi semua hal tentang sepakbola dan hal-hal lain yang menarik untuk diperbincangkan. Alasan kemudahan dan sangat bervariasinya konten yang ada di situs mereka menjadi

alasan kuat mengapa pembaca mulai menyukai media online semacam Fandom Indonesia.

B. SARAN

Fandom Indonesia merupakan media online yang berasal dari komunitas. Namun jika dilihat strukturnya dan banyaknya bidang yang dikerjakan, baik penulisan dan kegiatan non penulisan. Penulis merasa masih kurangnya Sumber Daya Manusia yang secara reguler berada dalam stuktur organisasi Fandom Indonesia. Di masalah lain, meskipun memiliki kontributor hingga 135 orang. Hal ini kemudian sangat riskan untuk keberlangsungan Fandom Indonesia yang menggantungkan kontributor sebagai keredaksian ganda yang mereka miliki. Meskipun belum pernah terjadi, penulis menyarankan untuk segera membuat Fandom Indonesia dengan struktur dan wartawan yang ideal.

DAFTAR PUSTAKA

- Assegaf, D. (1983). *Jurnalistik Masa Kini, Pengantar ke Praktek Kewartawanan*. Cetak Pertama. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Barus, Sedia Willing. (2010). *Jurnalistik Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Jakarta: Erlangga.
- Harsono, Andreas. (2010). *Agama Saya Adalah Jurnalisme*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Iiasantoso, Abi dkk. (2010). *Buku Putih Reformasi Sepakbola Indonesia*. Jakarta: Gerakan Reformasi Sepakbola Nasional Indonesia.
- Ishwara, L. (2005). *Catatan-Catatan Jurnalisme Dasar*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas
- Kovach, Bill dan Tom Rosenstiel. (2006). *Sembilan Elemen Jurnalisme*. Jakarta: Yayasan Pantau.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Kusumaningrat, Hikmat dan Purnama. (2009). *Jurnalistik Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya
- Mappatoto, Andi Baso. (1999). *Teknik Penulisan Feature (Karangan Khas)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Nurudin. (2009). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.

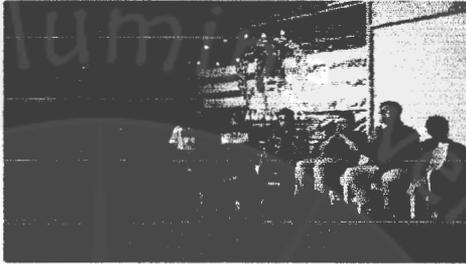
- Romli, Asep Syamsul M. (2009). *Jurnalistik Praktis untuk Pemula*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Siregar, A. (1998). *Bagaimana Meliput dan Menulis Berita untuk Media Massa*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius
- Sumadiria, Haris. (2004). *Menulis Artikel dan Tajuk Rencana: Panduan Praktis Penulis & Jurnalis Profesional*. Bandung: Simbiosis Rektama Media

Lampiran

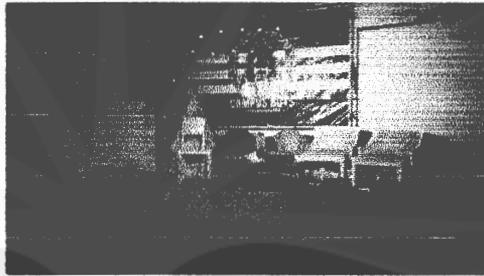
fandom.id @Fandom_ID · Feb 3
Lineup malam ini, bung.

Quo vadis media sepakbola, bahasan malam ini. @Wanandriuk akan menjadi pembicara pertama.

↳ Translate from Indonesian



fandom.id @Fandom_ID · Feb 3
Sudah di sini 🙏



Carinus Boys PSS

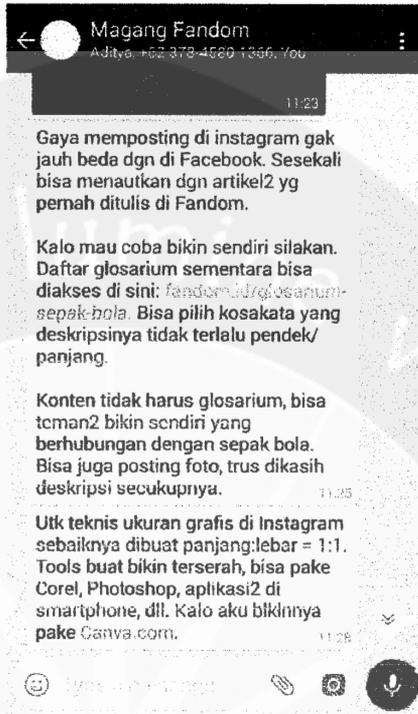
fandom.id @Fandom_ID · Feb 3

.Wanandriuk bercerita soal awal mula @SepakbolaSiamas. Mereka mencoba mjd pengawal dan kawan pemberita dari komunitas dan tim PSS.

↳ Translate from Indonesian



Kegiatan: Diskusi Media Komunitas
(Sumber: twitter.com/Fandom_ID)



Grup Magang Fandom Id
(Sumber: *Whatsapp*)

**FORM PENILAIAN INSTITUSI LOKASI
KULIAH KERJA LAPANGAN MAHASISWA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

RAHASIA
Dibuat Rangkap 2 (dua) :
Lembar 1 untuk Institusi Pendidikan *)
Lembar 2 untuk Arsip

MENERANGKAN

Nama Mahasiswa : Hieronimus Aand Andrean

NIM : 100904144

Benar-benar telah melakukan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Fandom . id
pada tanggal 16 Januari 2017 sampai dengan 20 Februari 2017
dan diberikan penilaian sebagai berikut :

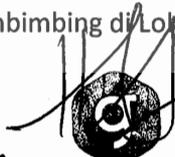
No.	ASPEK PENILAIAN	Nilai **)
1.	KEDISIPLINAN (penilaian atas kedisiplinan mahasiswa KKL untuk mengikuti aturan atau kesepakatan yang telah dibuat)	84
2.	KREATIVITAS (Penilaian atas kemampuan mahasiswa KKL dalam mengekspresikan ide-ide baru, atau memberikan solusi atas kasus-kasus yang dihadapi selama KKL)	95
3.	KERJASAMA (Penilaian atas kemampuan mahasiswa KKL dalam): (1) menjaga sopan santun dalam tindakan maupun sikap selama KKL; (2) melakukan penyesuaian terhadap sistem kerja institusi yang bersangkutan; (3) berkomunikasi dan berelasi dalam ruang lingkup kerja intitusi.	84
4.	KEHADIRAN (Penilaian atas tingkat kehadiran mahasiswa KKL dengan penjelasan sebagai berikut) : Sakit : <u>0</u> hari Ijin : <u>3</u> hari Alpa : <u>0</u> hari Total Hadir : <u>32</u> hari	84

KESAN UMUM :

Aand punya kreativitas yang luar biasa , hanya saja
perlu meningkatkan kedisiplinannya.

Steman , 1 Mei 2017

Pembimbing di Lokasi KKL


gardamaya
(.....Sirajudin Hasbi.....)

*) Diserahkan dalam amplop tertutup dan dialamatkan ke Dosen Pembimbing KKL

***) Penilaian tiap komponen diberikan dalam bentuk angka dengan range antara 1 - 100

LEMBAR KEGIATAN KKL

Tanggal: 16 Januari 2017s.d 20 Februari 2017

No	Hari/Tanggal	Jam	Divisi/Departemen	Urian Kegiatan	Tandatangan*
1	Senin / 16 Jan 2017			- Perkenalan & penyediaan perlengkapan	HJJ
2	Selasa / 17 Jan 2017			- Menjalanti aktivitas kerja	HJJ
3	Rabu / 18 Jan 2017			- mendapat tugas konten IG	HJJ
4	Kamis / 19 Jan 2017			- Membuat konten IG	HJJ
5	Jumat / 20 Jan 2017			- Membuat konten IG	HJJ
6	Sabtu / 21 Jan 2017			- Menjalanti aktivitas kerja - membuat konten IG	HJJ
7	Senin / 23 Jan 2017			- membuat konten IG	HJJ
8	Selasa / 24 Jan 2017			- Menjalanti aktivitas kerja	HJJ
9	Rabu / 25 Jan 2017			- Mempelajari distribusi nestek	HJJ
10	Kamis / 26 Jan 2017			- Menjalanti aktivitas kerja - mempelajari distribusi nestek	HJJ
11	Jumat / 27 Jan 2017			- mempelajari teamwork - mempelajari share link	HJJ
12	Minggu / 29 Jan 2017			- Diskusi dengan Campus Boys	HJJ
13	Senin / 30 Jan 2017			- Membuat konten IG	HJJ
14	Selasa / 31 Jan 2017			- Membuat konten IG	HJJ
15	Rabu / 1 Feb 2017			- diskusi dengan Campus Boys - Aktivitas kerja	HJJ
16	Kamis / 2 Feb 2017			- Mumpresikan Materi diskusi	HJJ
17	Jumat / 3 Feb 2017			- Diskusi Mata Komunitas	HJJ
18	Sabtu / 4 Feb 2017			- Mendapat tugas pendataan nestek	HJJ
19	Minggu / 5 Feb 2017			- Melkutkan pendataan nestek	HJJ
20	Senin / 6 Feb 2017			- Aktivitas kerja - mata kuttan pendataan nestek	HJJ

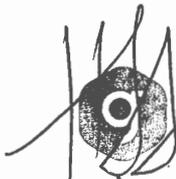
21	Selasa / 7 Feb 2017		- Aktivitas kerja - melaksanakan pendataan nazirah	HSS
22	Rabu / 8 Feb 2017		- mempelajari pengumuman media sosial	HSS
23	Kamis / 9 Feb 2017		- mempelajari pengumuman tweet deck	HSS
24	Jumat / 10 Feb 2017		- mempelajari editing online	HSS
25	Sabtu / 11 Feb 2017		- Aktivitas Kerja - mempelajari editing online	HSS
26	Minggu / 12 Feb 2017		- mempelajari editing online	HSS
27	Senin / 13 Feb 2017		- mempelajari distribusi nazirah berdasarkan time line	HSS
28	Selasa / 14 Feb 2017		- pendataan nazirah	HSS
29	Rabu / 15 Feb 2017		- Aktivitas Kerja - mempelajari administrator	HSS
30	Kamis / 16 Feb 2017		- mempelajari administrator	HSS
31	Jumat / 17 Feb 2017		- Rapat Redaksi Fandom id	HSS
32	Senin / 20 Feb 2017		- menyelesaikan tugas	HSS

Steman 1 Mei 2017**

Kepala Kantor/Direktur

Kepala Bagian/Departemen

(.....)

 gardamaya
(..... Sirajudin Hasbi))

Keterangan :

* Tanda tangan petugas dari institusi tujuan KKL

** Tempat, tanggal