

Social Media dan Sepak Bola: Penggunaan Twitter sebagai Media Reportase Pertandingan Sepak Bola

Oleh: Rahmad Harianto

Abstrak

Media jejaring sosial atau yang populer dengan istilah *social media* mulai populer di Indonesia sekitar awal tahun 2000-an. Selain Facebook, media jejaring sosial yang populer di masyarakat kita saat ini adalah Twitter. Media jejaring sosial ini diciptakan di San Fransisco, Amerika Serikat. Proyek pembuatan Twitter dimulai pada bulan Maret 2006 yang dilakukan oleh sebuah layanan telekomunikasi kecil bernama Twtr Debuted. Rentang tiga tahun sejak diluncurkan, Twitter telah memiliki jumlah pengguna sebanyak lebih dari 10 juta orang.

Di awal kemunculannya, Twitter tak ubahnya seperti situs jejaring sosial lainnya hanya sekedar digunakan untuk update status, upload foto dan video antar teman. Dalam perkembangannya, penggunaan Twitter kemudian meluas menjadi media yang bisa dimanfaatkan dalam banyak bidang seperti dakwah, pendidikan, kesehatan, politik, penanggulangan bencana alam, dan informasi lainnya.

Maraknya penggunaan internet dan mewabahnya penggunaan media sosial pada berbagai lapisan masyarakat Indonesia juga berdampak pada dunia sepak bola, terlebih dari sisi jangkauan media. Jika selama ini kita mendapatkan informasi seputar sepak bola hanya dari berbagai media massa tradisional, baik cetak maupun elektronik, mungkin belum dianggap memuaskan. Dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaannya yang semakin luas, kini banyak kita temukan media alternatif lain yang membahas informasi dunia sepakbola dalam bentuk blog-blog yang terkadang lebih lengkap isinya dibanding media lainnya.

Sebagaimana yang dilakukan pengelola akun @FCPERSEBAYA, akun resmi klub sepak bola persebaya 1927 yang berlaga di IPL. Dalam melaporkan jalannya pertandingan, pengelola akun @FCPERSEBAYA melakukannya sebagaimana laporan pertandingan di radio tapi menyesuaikan karakter Twitter yang dibatasi 140 karakter. Bahasa yang digunakan singkat dan bisa membuat pembacanya membayangkan jalannya pertandingan di lapangan seperti apa. Tak jarang di dalamnya diselipi guyonan atau ungkapan khas Suroboyo-an. Tidak sekedar reportase melalui tulisan singkat, terkadang beberapa gambar hasil jepretan ketika pertandingan berlangsung juga dipublikasikan.

Kata kunci: Sosial media, Sepak bola, Media reportase,

Pendahuluan

Media jejaring sosial atau yang populer dengan istilah *social media* mulai populer di Indonesia sekitar awal tahun 2000-an. Situs jejaring sosial Friendster merupakan media jejaring sosial pertama yang dikenal luas oleh masyarakat Indonesia. Dengan prinsip menghubungkan satu orang dengan orang lain yang

dianggap teman, Friendster mengubah perilaku komunikasi penggunanya. Tahun 2007 kemudian muncul media jejaring sosial yang secara prinsip hampir sama dengan Friendster yakni Facebook. Namun di awal kemunculannya, situs ini belum populer di masyarakat kita. Baru pada pertengahan 2008, facebook yang didirikan Mark Zuckerberg dikenal luas. Kini Facebook menjadi fenomena di masyarakat kita karena hampir setiap orang yang melek teknologi memiliki akun di jejaring sosial ini. Perilaku dan model interaksi manusia di seluruh dunia kini juga ikut berubah karena fenomena media jejaring sosial. Orang kini lebih senang berinteraksi di internet melalui media jejaring sosial daripada berinteraksi secara langsung. Orang menjadi lebih senang menghabiskan waktunya di depan layar monitor komputer atau *gadget*-nya.

Selain Facebook, media jejaring sosial yang populer di masyarakat kita saat ini adalah Twitter. Media jejaring sosial ini diciptakan di San Fransisco, Amerika Serikat. Proyek pembuatan Twitter dimulai pada bulan Maret 2006 yang dilakukan oleh sebuah layanan telekomunikasi kecil bernama Twttr Debuted. Rentang tiga tahun sejak diluncurkan, Twitter telah memiliki jumlah pengguna sebanyak lebih dari 10 juta orang.¹

Berdasarkan penelitian Semiocast, lembaga riset media sosial yang berpusat di Paris, Prancis, hingga tahun 2011 Indonesia menjadi negara pengguna terbesar kelima di dunia. Jumlah pemilik akun Twitter di Indonesia sebanyak 19,5 juta. Posisi pertama diduduki Amerika Serikat dengan jumlah akun sebesar 107,7 juta. Di posisi kedua diraih Brasil dengan 33,3 juta, berikutnya di posisi ketiga diduduki Jepang dengan jumlah 29,9 juta, dan posisi keempat ditempati Inggris Raya dengan jumlah 23,8 juta. Dikutip dari *PC Mag*, Kamis, 2 Februari 2012, hasil riset ini dilakukan terhadap 383 juta akun yang dibuat sebelum tahun 2012, dengan memperhitungkan kriteria seperti lokasi yang disebutkan dalam profil, zona waktu, bahasa yang digunakan saat mengirim *tweet*, serta lokasi GPS. Selain dari segi jumlah akun, pengguna Twitter di Indonesia juga lebih aktif dari rata-rata pengguna lain di dunia. Selama 1 September hingga 30 November 2011, hanya 27 persen akun di seluruh dunia yang "*nge-tweet*" setidaknya satu kali dalam periode ini, sementara di Indonesia mencapai 28 persen.²

Berangkat dari pemaparan di atas, tulisan ini mencoba untuk menjelaskan

¹ O'Reilly, Tim dan Milstein, Sarah, 2009, *The Twitter Book*, O'Reilly Media, Inc, California, hal. 5

² <http://www.tempo.co/read/news/2012/02/02/072381323/Indonesia-Pengguna-Twitter-Terbesar-Kelima-Dunia>

bagaimana media jejaring sosial khususnya Twitter telah mengubah gaya komunikasi masyarakat kita, untuk apa saja Twitter digunakan dalam kehidupan keseharian kita, dan terakhir bagaimana Twitter digunakan sebagai media reportase pertandingan sepak bola. Untuk pokok bahasan terakhir ini penulis mengambil akun @FCPersebaya sebagai bahan analisa.

Berbagai Bentuk Penggunaan Twitter

Twitter adalah layanan berbagi pesan yang memiliki banyak karakteristik dengan alat komunikasi yang kita gunakan. Twitter memiliki elemen yang mirip dengan email, IM, SMS, blogging, RSS, jaringan sosial dan sebagainya. Tapi beberapa faktor, terutama dalam kombinasi, membuat Twitter memiliki keunikan dibanding media jejaring sosial lainnya. Pesan yang kita kirim dan terima di Twitter tidak lebih dari 140 karakter sehingga informasi lebih mudah ditulis dan dibaca. Pesan di Twitter bersifat publik, seperti posting blog, sehingga tidak perlu harus memberikan orang ijin untuk melihat apa yang sudah kita tulis. Pesan yang dikirim langsung bisa diterima siapa saja yang menjadi pengikutnya (*follower*). Ini artinya semakin banyak pengikut kita, informasi yang kita sampaikan semakin luas menyebar. Kita juga dapat mengirim dan menerima pesan melalui berbagai mekanisme, termasuk ponsel dan komputer secara langsung. Dengan karakter seperti ini penggunaan Twitter bisa untuk kebutuhan pribadi atau mendukung pekerjaan kita.³

Sebagai sebuah teknologi, penggunaan Twitter dengan internet sebagai pendukungnya, tergantung pada siapa dan untuk apa teknologi ini digunakan. Andrew Feenberg dalam karyanya *Critical Theory of Technology* mengatakan teori-teori teknologi mengarah ke salah satu dari dua kategori utama yakni teori instrumental dan teori substantif. Teori instrumental menawarkan pandangan yang paling bisa diterima secara luas dari teknologi. Penerimaan ini didasarkan pada gagasan akal sehat bahwa teknologi adalah “alat” yang siap melayani penggunaanya. Teknologi disini dianggap netral tanpa melihat apa isi dari teknologi tersebut.⁴

Lebih jauh Feenberg mengatakan, teknologi tidak terikat dengan persoalan baik atau buruk, dan teknologi dapat digunakan untuk tujuan politik atau sosial apapun yang diinginkan oleh orang atau institusi yang memegang kendali. Teknologi

³ O'Reilly, Tim dan Milstein, Sarah, *Op.Cit*, hal. 7

⁴ Ali, Rajab, 2009, *Technological Neutrality*, Lex Electronica, vol. 14 no.2. Diunduh dari http://www.lex-electronica.org/docs/articles_236.pdf

adalah entitas rasional dan berlaku secara universal. Arnold Pacey menjelaskan bagaimana seseorang yang berpegang pada teori instrumental menilai kegagalan sebuah teknologi. Menurut Pacey, dalam pandangan ini jika teknologi itu dianggap gagal dan membawa akibat yang negatif, semata-mata bukan karena teknologinya melainkan karena penggunaan yang salah oleh yang menggunakan seperti politikus, militer, perusahaan yang besar, dan sebagainya.⁵

Sementara mereka yang berpegang pada teori substantif berpendapat bahwa teknologi yang merupakan jenis baru dari sistem budaya yang merestrukturisasi seluruh dunia sosial sebagai objek kontrol. Heidegger menyatakan bahwa, kita terlibat dalam transformasi dunia dan diri sendiri ke cadangan bahan baku siap pakai yang menunggu untuk digunakan dalam prosesnya. Merujuk pada Feenberg, Heidegger menegaskan bahwa restrukturisasi teknis dari masyarakat modern yang berakar pada ketiadaan kehendak untuk berkuasa, sebuah degradasi manusia yang hanya menjadi objek saja.

Feenberg lebih jauh menjelaskan, persoalan bukan pada mesin telah mengambil alih, tapi lebih pada bagaimana kita memilih teknologi itu untuk digunakan, menjadikan kita tanpa disadari memiliki banyak pilihan budaya. Teknologi tidak hanya menjadi sebuah konsumsi yang sederhana tapi telah menjadi sebuah bagian dari lingkungan dan cara hidup kita. Pacey mengatakan bahwa jaringan dari kegiatan manusia di sekitar mesin, yang meliputi praktik penggunaannya, perannya sebagai simbol status merupakan bagian yang tak bisa dipisahkan dari hidupnya.

Di awal kemunculannya, Twitter tak ubahnya seperti situs jejaring sosial lainnya hanya sekedar digunakan untuk update status, upload foto dan video antar teman. Dalam perkembangannya, penggunaan Twitter kemudian meluas menjadi media yang bisa dimanfaatkan dalam banyak bidang seperti dakwah, pendidikan, kesehatan, politik, penanggulangan bencana alam, dan informasi lainnya. Di bidang politik misalnya, kasus revolusi di Mesir adalah contoh bagaimana jejaring sosial – Twitter dan Facebook - begitu kuat perannya dalam menggerakkan massa untuk menggulingkan presiden Husni Mubarak.⁶ Contoh lain, di Jerman sejumlah politikus

⁵ *Ibid*, hal 6.

⁶ <http://media.kompasiana.com/new-media/2012/02/18/social-media-dan-revolusi-di-mesir/>

menggunakan Twitter dalam kampanyenya untuk menjaring pemilih.⁷

Bentuk penggunaan Twitter lain dalam kehidupan sehari-hari adalah sebagai media dakwah. Sejumlah tokoh besar ulama di kalangan NU yang menggunakan Twitter untuk berdakwah diantaranya Ketua Umum Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) KH Said Aqil Siroj dengan akun @saidaqil, KH Mustofa Bisri atau yang akrab disapa Gus Mus (Pengasuh Pondok Pesantren di Rembang) dengan akun @gusmusgusmu, dan KH Sholahuddin Wahid atau biasa disapa Gus Sholah (Pengasuh Pondok Pesantren Tebuireng Jombang) dengan akun @Gus_Sholah. Selain tiga tokoh besar ulama NU itu, ulama lain yang cukup populer di Twitter adalah KH Abudllah Gymnastiar atau yang akrab dipanggil Aa Gym dengan akun @aagym dan Quraish Shihab dengan akun @quraishshihab. Tidak saja saling bertukar sapa, bahkan beberapa tokoh ulama ini menjawab pertanyaan seputar kajian fiqih dan agama melalui twitter. Diantara yang paling rajin menjawab pertanyaan dari masyarakat adalah Gus Sholah dan Gus Mus. Sejumlah anak Gus Dur juga tercatat aktif di Twitter meski tidak selalu berdakwah materi agama tetapi lebih kepada persoalan kebangsaan seperti Yenny Zannuba Wahid (Direktur The Wahid Institute) dengan akun @yennywahid dan kakaknya Alissa Wahid dengan akun @AlissaWahid.

Selain tokoh ulama di atas, Twitter juga banyak dimanfaatkan para politikus kita terutama di DPR sebagai media komunikasi mereka dengan konstituennya atau masyarakat pada umumnya. Beberapa politikus yang aktif di Twitter diantaranya Pramono Anung, mantan sekjen PDIP, dengan akun @pramonoanung, Anas Urbaningrum (Ketua Umum DPP Partai Demokrat) dengan akun @anasurbaningrum, Budiman Sudjatmiko, tokoh PRD yang kini tergabung dalam PDIP dengan akun @budimansudjatmiko. Selain persoalan isu-isu politik dan kebangsaan, ketiga politikus ini juga banyak membicarakan sepak bola pada statusnya di Twitter.

Twitter memang bisa dipakai banyak hal sebagaimana dijelaskan oleh Tim O'Reilly dan Sarah Milstein dalam bukunya *The Twitter Book* mulai dari yang sifatnya personal hingga bisnis.⁸ Di bidang bisnis, sejumlah perusahaan memanfaatkan figur publik seperti selebriti dan atlet yang memiliki banyak pengikut (*follower*) untuk membantu mempromosikan produknya. Bahkan kini pemilik akun yang memiliki jumlah pengikut banyak juga mulai dilirik sejumlah perusahaan untuk

⁷ <http://andreasjungherr.net/2010/04/10/twitter-in-politics-lessons-learned-during-the-german-superwahljahr-2009/>

⁸ O'Reilly, Tim dan Milstein, Sarah, *Op.Cit*, hal. 9-17

dijadikan bagian dari promosi produk meski tidak dari kalangan selebriti.

Twitter dan Sepak Bola

Maraknya penggunaan internet dan mewabahnya penggunaan media sosial pada berbagai lapisan masyarakat Indonesia juga berdampak pada dunia sepak bola, terlebih dari sisi jangkauan media. Jika selama ini kita mendapatkan informasi seputar sepak bola hanya dari berbagai media massa tradisional, baik cetak maupun elektronik, mungkin belum dianggap memuaskan. Dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaannya yang semakin luas, kini banyak kita temukan media alternatif lain yang membahas informasi dunia sepakbola dalam bentuk blog-blog yang terkadang lebih lengkap isinya dibanding media lainnya.

Dengan hadirnya media sosial dan penggunaannya dalam pemberitaan sepak bola, yang terjadi adalah semacam demokratisasi. Penonton dan suporter yang tadinya hanya bisa pasif menerima dan mencerna berita sekarang yang diterima, kini juga bisa turut menjadi saluran berita. Kita bisa temukan berbagai akun Twitter yang menjadikan sepak bola sebagai isu utama. Beberapa diantaranya adalah akun @indosoccer, @sepakbolaisme, @gilasepakbola, @suarasuporter, dan @infosuporter yang menjadi media alternatif bagi berita sepak bola di ranah Twitter. Yang menarik dari akun-akun Twitter ini adalah, sebagai saluran media alternatif yang didirikan dan dijalankan perorangan, tentu saja ada subjektivitas di sana. Tapi hal itulah yang menjadikannya berbeda dengan berbagai media berita sepakbola pada umumnya. Sebagai media alternatif, berbagai akun Twitter ini pun sering menangkap isu-isu yang mungkin luput dari perhatian media besar dan menjadikannya bahan pembicaraan di dunia maya.

Tidak sedikit dari pemain sepak bola baik dari dalam negeri maupun luar negeri yang juga aktif di Twitter, yang bisa menjadi sumber informasi tentang perkembangan sepak bola baik level klub maupun tim nasional. Beberapa pemain asing yang aktif di Twitter diantaranya Rio Ferdinand, bek sentral klub Manchester United dan Cesc Fabregas, gelandang serang klub Barcelona. Kebetulan kedua pemain tersebut pernah berkunjung ke Indonesia, dan memiliki perhatian terhadap perkembangan sepak bola di Indonesia. Hal itu pernah ditunjukkan ketika Indonesia berlaga di Piala AFC tahun lalu. Sementara pemain nasional Indonesia yang cukup aktif di Twitter adalah Bambang Pamungkas. Selain di Twitter Bambang juga memiliki blog yang banyak berisi tentang perjalanan karirnya di dunia sepak bola.

Selain akun Twitter, berbagai situs blog sepak bola juga bermunculan yang meramaikan dunia pemberitaan sepak bola kita. Di samping berbagai *fan site* yang berfokus pada satu klub tertentu secara umum, banyak juga situs yang membahas berbagai sektor dalam sepak bola. Ambil contoh Mengbal.com, situs yang khusus membahas mengenai analisa taktik dan pertandingan ini, lengkap dengan diagram yang digambar sendiri untuk menjelaskan rumitnya strategi sebuah permainan. Sampai sejauh ini Mengbal hanya membahas mengenai pertandingan-pertandingan Persib Bandung, tapi adalah sebuah hal yang baru untuk menyaksikan sebuah situs sepak bola Indonesia membahas satu aspek dalam sepak bola yang jarang disentuh situs-situs sepak bola umumnya.⁹

Kita juga bisa melihat blog Belakang Gawang yang membahas sepak bola dari perspektif yang menarik. Salah satu artikel terbarunya membahas mengenai kekalahan Jerman dari Italia pada turnamen Euro 2012 beberapa waktu lalu. Darmanto Simaepa sebagai pemilik situs membahas kekalahan Jerman dari Italia dengan mengaitkannya pada ras dan mentalitas. Jerman yang selama ini merasa sebagai ras yang paling unggul – terutama di era Hitler – dan memiliki mental juara yang didukung dengan sejarahnya di dunia sepak bola, bisa dikalahkan Italia yang dinilai masih di bawah mereka dalam hal kasta.¹⁰ Blog lain yang memiliki layak diapresiasi adalah novanmediaresearch.wordpress.com. Di blog ini kita bisa dapatkan data dan fakta sejarah secara lengkap mengenai sepak bola Indonesia mulai awal kompetisi berdiri hingga yang terbaru.¹¹

Kehadiran berbagai media informasi sepak bola alternatif ini, bisa dikatakan tidak hanya memberikan pilihan informasi yang beragam bagi para penggemar sepak bola untuk menyimak dan berdiskusi soal sebuah isu, tapi juga menjadi semacam media kontrol terhadap berbagai otoritas dan eksekutif sepak bola Indonesia, yang kini sedang carut marut manajemennya. Apalagi banyak media kini terkooptasi oleh berbagai kepentingan di balik perannya sebagai media yang seharusnya netral. Kita bisa melihat bagaimana pemberitaan sepak bola kita di media saat ini yang masing-masing memiliki kepentingan dibalik itu semuanya.

Media informasi sepak bola alternatif ini bukannya tanpa kelemahan. Sebagaimana telah disinggung sebelumnya, ada subjektivitas pada berbagai akun

⁹ <http://www.mengbal.com/>

¹⁰ <http://belakanggawang.blogspot.com/2012/06/sayang-sekali-jerman-ini-bukan-jerman.html#more>

¹¹ <http://novanmediaresearch.wordpress.com/>

Twitter dan situs sepak bola seperti yang disebut di atas. Akibatnya sering kali terjadi perdebatan karena adanya perbedaan sudut pandang. Di satu sisi, ini bisa menjadi sebuah hal yang positif karena dengan demikian telah terbentuk sebuah ruang diskusi publik yang membahas soal sepak bola melalui Twitter ataupun blog sebagai medianya. Tentu saja harapannya adalah majunya perkembangan sepak bola Indonesia sehingga bisa menjadi kebanggaan bagi kita semua. Dengan media alternatif ini, kita, para penonton juga bisa menjadi “pengamat” dan memberikan pandangan kita mengenai apa pun yang berhubungan dengan sepakbola. Pada intinya pemanfaatan Twitter dan blog ini memberikan peluang bagi para penonton untuk tak lagi jadi sekedar penonton.

Twitter untuk Reportase Pertandingan

Jika di pembahasan sebelumnya dibahas bagaimana Twitter dan blog sebagai media alternatif untuk memperoleh informasi seputar sepak bola dan menjadi ruang diskusi, dalam sub judul ini akan dibahas penggunaan Twitter sebagai media untuk reportase pertandingan sepak bola. Menurut penulis, pemilihan Twitter sebagai media reportase pertandingan sangat menarik, karena selama ini reportase pertandingan umumnya dilakukan melalui media radio atau televisi. Penulis mengambil akun @FCPERSEBAYA sebagai bahan ulasan dengan pertimbangan apa yang dilakukan pengelola akun tersebut merupakan sebuah fenomena baru dalam penggunaan Twitter. Banyak klub sepak bola di Indonesia yang memanfaatkan Twitter sebagai media komunikasi mereka dengan para suporternya. Namun yang dilakukan selama ini hanya sebatas menyebarkan informasi yang sifatnya berita biasa, seperti jadwal pertandingan dan seputar isu perkembangan terakhir di klub.

Berdasarkan data profil yang dicantumkan di akun @FCPERSEBAYA, disebutkan akun ini sebagai akun resmi klub Persebaya 1927 yang berlaga di Liga Primer Indonesia. Sampai saat ini di kubu persebaya masih terjadi dualisme kepemimpinan antara kubu Wisnu Wardhana yang mengelola klub persebaya di divisi utama dengan kubu Saleh Mukadar yang mengelola klub persebaya di Liga Primer Indonesia. Hingga akhir Juni, jumlah pengikut di akun @FCPERSEBAYA berjumlah 6,690 orang, dengan jumlah tweets sebanyak 1,403 dan mengikuti 35 akun di Twitter. Data di profilnya menyebutkan akun ini dibuat pada tanggal 15 April 2012. Dilihat dari jumlah tweets dan pola aktifnya pengiriman tweets, penggunaannya hanya pada

saat ada pertandingan dengan pola aktif berselang tiga hari sesuai dengan jadwal pertandingan klub.¹²



Selain akun @FCPERSEBAYA, di Twitter juga terdapat akun atas nama klub Persebaya 1927 namun bukan akun resmi klub. Akun ini sepertinya lebih dulu eksis jika dilihat dari jumlah tweets dan followernya yang lebih banyak dibanding akun resmi klub. Seperti akun klub sepak bola lainnya, akun @persebaya1927 hanya berisi informasi seputar jadwal dan perbincangan seputar isu klub serta kadang kala dimuat prediksi susunan pemain jelang pertandingan.¹³



Siaran pertandingan sepak bola klub persebaya, selama ini bisa kita nikmati melalui radio dan televisi. Untuk radio, pengelola stadion 10 November memiliki RGS (Radio Gelora Sepuluh November) yang menyiarkan secara langsung pertandingan setiap persebaya bermain di kandang. Media lainnya adalah televisi. Sejak adanya televisi swasta, banyak pertandingan sepak bola disiarkan secara langsung, terutama klub-klub yang memiliki sejarah dan suporter fanatik dalam jumlah yang besar. Namun sering kali kedua media ini tidak menyiarkan setiap pertandingan Persebaya, sementara banyak suporter yang ingin selalu mengikuti perkembangannya. Apalagi jika pertandingan itu dilakukan di luar kandang yang secara geografis jauh untuk diikuti para supporter. Berangkat dari pemikiran inilah, yang mungkin menjadi pertimbangan pengelola klub Persebaya 1927 untuk

¹² <https://twitter.com/FCPERSEBAYA>

¹³ <https://twitter.com/persebaya1927>

menggunakan Twitter sebagai media untuk mengabarkan jalannya pertandingan ketika tidak disiarkan oleh media radio dan televisi. Apalagi *image* suporter persebaya yang buruk di masyarakat. Suporter Persebaya yang memiliki julukan bonek sering kali dianggap sebagai biang kerusuhan dimana Persebaya bertanding. Tidak sedikit klub yang menjadi lawan Persebaya dibuat repot akibat ulah para suporter fanatik ini. Selain itu cara ini juga bisa mengakomodasi mereka yang lebih banyak *mobile* dan tidak sempat mengikuti perkembangan Persebaya melalui radio atau televisi.

Dalam melaporkan jalannya pertandingan, pengelola akun @FCPERSEBAYA melakukannya sebagaimana laporan pertandingan di radio tapi menyesuaikan karakter Twitter yang dibatasi 140 karakter.¹⁴ Bahasa yang digunakan singkat dan bisa membuat pembacanya membayangkan jalannya pertandingan di lapangan seperti apa. Tak jarang di dalamnya diselipi guyonan atau ungkapan khas Suroboyo-an. Seperti yang terlihat dalam reportasenya saat Persebaya melawan Persijap Jepara dalam laga Liga Primer Indonesia pada tanggal 23 Juni 2012 lalu. Tidak sekedar reportase melalui tulisan singkat, terkadang beberapa gambar hasil jepretan ketika pertandingan berlangsung juga dipublikasikan.

¹⁴ Beberapa aplikasi untuk Twitter kini banyak yang bisa lebih dari 140 karakter seperti ubersocial dan tweetdeck.

	Persebaya Surabaya @FCPERSEBAYA 29' Lambung jauh kejantung Persebaya, Made Wirahadi terjebak offside. Expand	23 Jun
	Persebaya Surabaya @FCPERSEBAYA 27' Skor sementara berubah @FCPERSEBAYA 2 - 0 Persijap. Expand	23 Jun
	Persebaya Surabaya @FCPERSEBAYA 26' GGGGGOOOOLLLLL!!!! Feri langsung menyambar bola pojok Karlovic. Jebol!! Expand	23 Jun
	Persebaya Surabaya @FCPERSEBAYA 24' Tendangan pojok Karlovic langsung depan gawang, Feri tandukannya terlalu keatas. Expand	23 Jun
	Persebaya Surabaya @FCPERSEBAYA 21' Feri dijatuhkan dipojok, tendangan bebas Karlovic memantul kaki bek Persijap. Out. Expand	23 Jun
	Persebaya Surabaya @FCPERSEBAYA 20' Umpan Soler masih terlalu dekat ke M.Yasir, Feri gagal mengejar bola. Expand	23 Jun

Meski tidak bisa seperti televisi dan radio yang lebih jelas dalam menggambarkan jalannya pertandingan, tapi paling tidak cara ini sangat membantu bagi mereka yang ingin mengetahui jalannya pertandingan meski tidak hadir di stadion. Pembatasan jumlah karakter yang hanya 140 dan faktor jaringan di lokasi saat melaporkan bisa menjadi kendala tersendiri sehingga reportase tidak bisa dilakukan setiap menitnya. Tentu dibutuhkan keahlian lebih dalam menyusun bahasa yang singkat namun bisa menggambarkan secara bagus bagaimana kondisi jalannya pertandingan sebenarnya dan kecepatan mengetik dalam melaporkannya. Apalagi jika itu dilakukan melalui *smartphone* yang tentu lebih sulit dibandingkan menggunakan laptop atau komputer. Kemungkinan besar reportase di luar kandang dilakukan melalui *smartphone* yang lebih praktis dan bisa *mobile*.

Penutup

Internet dan media jejaring sosial bisa dikatakan telah mengubah perilaku masyarakat kita dalam hal berkomunikasi. Selain Facebook, media jejaring sosial yang banyak diminati oleh masyarakat kita adalah Twitter. Jika pada awalnya hanya difungsikan sebagai media jejaring sosial biasa seperti media jejaring sosial lainnya, dalam perkembangan selanjutnya Twitter digunakan dalam banyak hal seperti untuk dakwah, kampanye politik, penanggulangan bencana dan sebagainya. Di bidang dakwah, beberapa tokoh agama aktif menyebarkan pesan-pesan agama melalui tweetnya. Sejumlah politisi juga aktif di Twitter untuk menjalin komunikasi dengan kontituennya.

Namun dari sekian banyak penggunaan Twitter, fenomena yang menarik adalah digunakannya Twitter untuk reportase pertandingan sepak bola sebagaimana dilakukan klub Persebaya 1927 dengan akunnya @FCPERSEBAYA. Hal ini adalah terobosan baru dalam penggunaan media jejaring sosial. Menurut penulis ini adalah sebuah langkah yang jeli memanfaatkan potensi peran media jejaring sosial. Terutama di saat sekarang dimana banyak hal dimediasi oleh internet dan perangkat teknologi yang canggih dan *mobile*. Bukan tidak mungkin tidak lama lagi reportase melalui Twitter tidak hanya sekedar teks dan foto, tapi juga video rekaman pertandingannya.

Daftar Pustaka

O'Reilly, Tim dan Milstein, Sarah, 2009, *The Twitter Book*, O'Reilly Media, Inc, California, hal. 5

<http://www.tempo.co/read/news/2012/02/02/072381323/Indonesia-Pengguna-Twitter-Terbesar-Kelima-Dunia>

Ali, Rajab, 2009, *Technological Neutrality*, Lex Electronica, vol. 14 no.2. Diunduh dari http://www.lex-electronica.org/docs/articles_236.pdf

<http://media.kompasiana.com/new-media/2012/02/18/social-media-dan-revolusi-di-mesir/>

<http://andreasjungherr.net/2010/04/10/twitter-in-politics-lessons-learned-during-the-german-superwahljahr-2009/>

<http://www.mengbal.com/>

<http://belakangawang.blogspot.com/2012/06/sayang-sekali-jerman-ini-bukan-jerman.html#more>

<http://novanmediaresearch.wordpress.com/>

<https://twitter.com/FCPERSEBAYA>

<https://twitter.com/persebaya1927>