

## PEMANFAATAN JEJARING SOSIAL (FACEBOOK) SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI

Mujahidah\*

**Abstract:** *The development of communication technology increasingly ease current of information exchange. Also by the existing of facebook social connection which has fenomenal members so that Indonesia becomes the second biggest country of facebook users. There is no more separating by distance or place nowadays, because we can easily using the facebook facility, that is a website which is based on inter personal introduction. Facebook can pierce to all over the world without knowing who and how are the people who will interact with us by this site. We can find our friend who never met for years and communicate, even we can get friends who never known from any parts of the world. As a communication media, facebook can be used as a gathering media, alternative media to struggle people interest, as learning media, and as an effective marketing strategy on the internet.*

*Key words: Internet, facebook, communication*

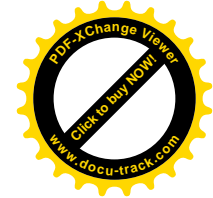
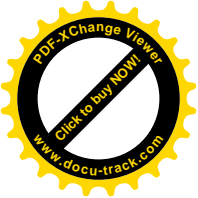
### I. PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri. Sebagai makhluk sosial pasti membutuhkan orang lain sebagai upaya memenuhi kebutuhan hidupnya. Oleh karena tidak dapat memenuhi kebutuhannya sendiri inilah yang kemudian mendorong manusia untuk selalu melakukan interaksi dengan orang lain. Proses interaksi inilah yang mau tidak mau melibatkan komunikasi. Melalui komunikasi seseorang bisa menyampaikan pesan atau ide kepada orang lain.

Sejak ditemukannya telepon oleh Alexander Graham Bell pada tahun 1876, perkembangan teknologi komunikasi semakin pesat yang memungkinkan manusia berintraksi tanpa harus bertatap muka. Manusia bisa melakukan komunikasi melalui telepon maupun handphone, bahkan bisa berkomunikasi hanya melalui surat elektronik yang dikenal dengan *Short Message Servise* (SMS). Sejak berkembangnya internet pilihan

---

\* Dosen Tetap Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Samarinda



media sebagai sarana komunikasi pun semakin bervariasi. Internet adalah jaringan kabel dan telepon serta satelit yang menghubungkan computer. Internet berbeda dengan media komunikasi lainnya, dimana internet ini sangat interaktif dan mempunyai kapasitas untuk memampukan orang berkomunikasi, bukan sekedar menerima pesan belaka, tapi mereka bisa melakukannya secara *real time*.<sup>1</sup>

Layanan yang diberikan internet cukup bervariasi seperti *e-mail*, *Netnews*, *Telnet*, *FTP* dan *world wide web* (*www*), jejaring sosial berupa *friendster* yang dahulu sangat digandrungi dan sekarang berkembang lagi *facebook*, *twitter* yang sangat mempengaruhi interaksi manusia di seluruh belahan dunia.

Dari berbagai cara berkomunikasi yang ada, salah satu sistem komunikasi yang saat ini banyak digunakan adalah *facebook*. Sejak kemunculan *facebook* pada tahun 2004, *facebook* sudah menjadi sarana komunikasi favorit bagi seluruh orang di dunia termasuk Indonesia. Penggunaan *facebook* di Indonesia dalam beberapa bulan terakhir menunjukkan peningkatan signifikan. Rata-rata peningkatan pengguna di Indonesia per bulan mencapai 10 persen, mengalahkan Amerika Serikat dengan hanya lima persen. Berdasarkan survei *Inside Facebook* oleh "e-marketer" belum lama ini, Indonesia menempati ranking kedua pengguna *facebook* setelah AS, menyusul kemudian Filipina, Turki, Italia dan India.<sup>2</sup>

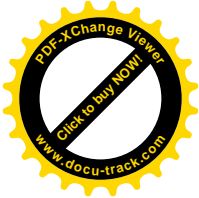
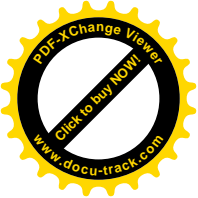
Situs jejaring sosial atau kita kenal dengan media sosial ini sangat besar pengaruhnya terhadap perubahan interaksi manusia. *Facebook* mampu menembus keseluruhan dunia tanpa mengenal siapa dan bagaimana orang yang akan berinteraksi dengan kita melalui situs ini. Kita bisa menemukan teman yang sudah puluhan tahun tidak pernah bertemu dan berkomunikasi, bahkan bisa mendapatkan teman yang tidak diketahui asal usul dan silsilahnya.<sup>3</sup> *Facebook* kini bisa diakses tidak hanya melalui computer, tetapi juga melalui telepon genggam yang memungkinkan kita bisa berkomunikasi kapanpun dan dimanapun sehingga tidak perlu mengunjungi warnet.

---

<sup>1</sup> John Vivian. *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 25.

<sup>2</sup> <http://www.antaraneews.com/berita/1264914892/pesantren-manfaatkan-facebook-untuk-komunikasi>. Diakses pada tanggal 25 Februari 2012.

<sup>3</sup> Sarmiati. "Interaksi Sosial dan Gaya Komunikasi Melalui Facebook". *Jurnal Komunikata Kajian Budaya-Media*, V, 22, h. 1-19.



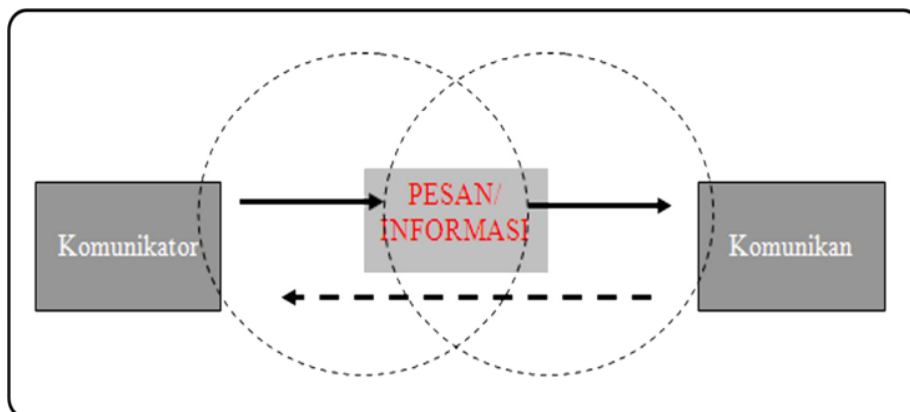
Tulisan ini mencoba menguraikan secara singkat tentang facebook sebagai salah satu sarana berkomunikasi.

## II. PEMBAHASAN

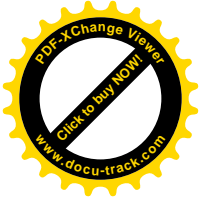
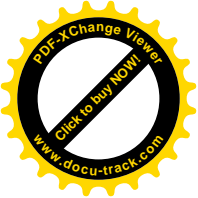
### A. Konsep Komunikasi dalam Dunia Maya

Beragam pengertian tentang komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli. Berbagai macam pengertian tersebut bisa disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari pemberi pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan) sehingga terjadi kesamaan pengertian atas pesan. Berdasarkan pengertian ini bisa difahami bahwa pertama, dalam proses komunikasi selalu melibatkan dua pihak atau lebih, pemberi pesan dan penerima pesan. Kedua, adanya pesan yang disampaikan, pesan itu sendiri bisa dalam beragam bentuk kata, gambar, teks, simbol dan sebagainya. Apapun bentuk pesannya, inti yang diharapkan adalah adanya kesamaan pemahaman antara komunikator dan komunikan atas pesan tersebut.

Proses komunikasi tersebut bila digambarkan akan tampak seperti di bawah ini:



Makna lain yang bisa kita fahami dari pengertian komunikasi di atas adalah bahwa komunikasi terjadi dalam hubungan interaksi antara pihak satu dengan pihak lainnya. Proses interaksi penyampaian dan penerimaan pesan, bisa terjadi melalui pemanfaatan suatu sarana atau media tertentu. Dalam komunikasi di dunia maya media yang digunakan adalah komputer, baik *hardware* maupun *software*. Dunia maya atau dunia *virtual* itu sendiri, merujuk pada pengertian jaringan informasi



elektronis yang mendunia yang terjadi karena adanya teknologi Internet (*international networking/interconnected network*). Kesalingterhubungan secara global antara dua komputer atau lebih, yang bisa mencapai jutaan komputer jumlahnya, sehingga bisa saling tukar informasi antara komputer satu dengan yang lainnya. Antara komputer satu dengan yang lainnya bisa berkomunikasi, saling berkirim atau bertukar informasi atau pesan. Dengan demikian, yang dimaksud dengan komunikasi di dunia maya adalah komunikasi yang dilakukan tidak dalam bentuk tatap muka langsung, akan tetapi interaksi mengirim dan menerima pesan atau informasi melalui pemanfaatan wahana jaringan internet.<sup>4</sup> Salah satu bentuk komunikasi tersebut melalui jejaring sosial facebook.

## B. Pengertian dan Sejarah Facebook

Facebook adalah website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain.<sup>5</sup>

Facebook diluncurkan pertama kali pada tanggal 4 Februari 2004 oleh Mark Zuckerberg (23), seorang programmer komputer yang handal di Universitas Harvard. Pada awalnya, "Facebook" bernama "The Facebook", nama tersebut diambil dari nama lembaran dokumen yang dibagikan kepada setiap pelajar baru di Harvard yang menampilkan profil murid dan karyawan. Dalam waktu 24 jam sejak peluncurannya, 1.200 pelajar Harvard langsung bergabung. Satu bulan kemudian, lebih dari separuh pelajar di sana sudah mendaftarkan profilnya.<sup>6</sup>

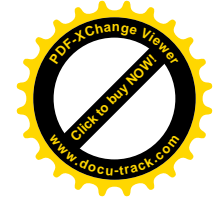
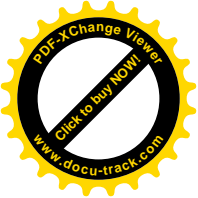
Bulan berikutnya, jaringan tersebut kemudian dengan cepat meluas ke sekolah lain di wilayah Boston (Boston College, Boston University, MIT, Tufts), Rochester, Stanford, NYU, Northwestern, dan semua sekolah yang termasuk dalam Ivy League. Dalam waktu kurang dari empat bulan, 30 kampus telah tergabung dalam jaringan tersebut.

---

<sup>4</sup> Deni Kurniawan. "Teknologi Informasi dan Komunikasi Sebagai Sarana Komunikasi". *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi dan Pembelajaran*. h. 206

<sup>5</sup> Ade Ismail. *Tentang Facebook*. Diambil dari <http://www.tips-fb.com/2009/01/tentang-facebook.html>. Diakses pada tanggal 25 Februari 2012.

<sup>6</sup> <http://tyaset.blog.com/2010/02/12/media-informasi/>. Diakses pada tanggal 25 Februari 2012



Juni 2004 *Facebook* menyebar ke Stanford University di California. Pada Desember 2004 facebook telah memperoleh 1 juta pemakai aktif.<sup>7</sup>

Pada 23 Agustus 2005 Zuckerberg membenahi situs facebook agar profil halamannya lebih bersahabat. 2 September 2005, Zuckerberg meluncurkan situs facebook khusus untuk anak-anak sekolah menengah atas. Hanya dalam waktu 15 hari sejak peluncurannya, sebagian besar sekolah di AS sudah menjadi anggotanya.<sup>8</sup>

Pada akhir tahun 2005, facebook telah mencakup sekitar 2.000 kampus dan 25.000 sekolah menengah atas di AS, Kanada, Inggris, Meksiko, Puerto Riko, Australia, Selandia Baru, dan Irlandia. Pada 27 Februari 2006, dia mulai mengizinkan para mahasiswa yang menjadi pengguna situs ini untuk menambahkan siswa-siswa SMA sebagai temannya.<sup>9</sup>

Pada April 2006, facebook pun masuk ke India melalui Institut Teknologi India dan Institut Manajemen India. Pada Juli 2006, facebook memperkenalkan layanan baru yang bisa memberikan pendapatan tambahan bagi perusahaan. Dengan menggandeng raksasa komputer, Apple Inc., mereka bekerja sama mempromosikan iTunes. Setiap pekan, iTunes bakal mengirimkan 25 contoh lagu secara gratis kepada pengguna facebook yang menjadi anggota Apple Student Group.<sup>10</sup>

Pertengahan 2006, situs ini sudah merambah Eropa dan Timur Tengah. *facebook notes* fitur baru ini merupakan fitur blogging yang memungkinkan pengguna memberikan tagging, memasukkan gambar, dan fitur-fitur lainnya. Selain itu, pengguna bisa mengimpor blog dari situs Xanga, LiveJournal, Blogger, dan situs blogging lainnya. Berkat fitur baru tersebut, pembaca bisa memberikan komentar terhadap tulisan yang dimuat pengguna facebook. September 2006, Zuckerberg membuka layanan facebook bagi semua pengguna internet. Namun, langkah ini justru menuai protes dari para pengguna dan pelanggan setianya. Alhasil,

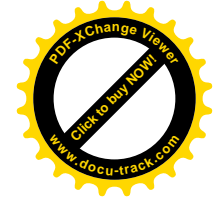
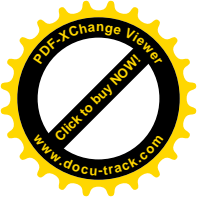
---

<sup>7</sup> Dian ayu gemilang. "Peran Facebook Sebagai Media Komunikasi Bisnis Online (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Facebook Sebagai Media Komunikasi Bisnis Online)". *Skripsi*, (Surabaya: Universitas pembangunan nasional "veteran": Tidak diterbitkan, 2011), h. 18.

<sup>8</sup> *Ibid.*

<sup>9</sup> *Ibid.*

<sup>10</sup> Disma M Taryum. "Manfaatkan Facebook Sebagai Media Diskusi". Diambil dari [www.jurnalbogor.com/?p=55399](http://www.jurnalbogor.com/?p=55399). Jurnal Bogor, 6 Oktober 2009. Diakses pada tanggal 25 Pebruari 2012.



dua minggu berselang facebook terpaksa membenahi layanan baru itu dengan membuka pendaftaran bagi pengguna internet yang mempunyai alamat surat atau e-mail yang jelas.<sup>11</sup>

Facebook marketplace diluncurkan pada 14 Mei 2007, situs ini meluncurkan layanan terbaru berupa pemasangan iklan dengan sistem yang disebut *facebook beacon*. Pada bulan November 2008 dapat menarik 200 juta pengunjung di seluruh dunia. Tahun 2009 mungkin akan menjadi tahun terbaik sepanjang sejarah Facebook. Bagaimana tidak, tahun ini situs media sosial itu mencatat pertumbuhan trafik hingga 200 persen. Seperti VIVAnews kutip dari Mashable, 23 Oktober 2009, jika pada 2008, pengunjung facebook mencapai 40 juta setiap bulannya, tahun ini angka tersebut meroket hingga mendekati 125 juta pengunjung.

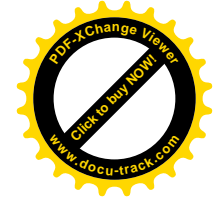
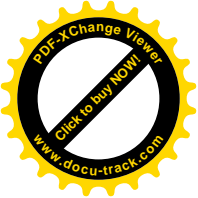
Di tahun keenamnya 2010, facebook tercatat sebagai situs jejaring sosial terbesar. Kini mereka punya 100 juta pengguna mobile. Facebook mobile didukung oleh seluruh produsen perangkat bergerak utama. Misalnya seperti Nokia, BlackBerry, Sony Ericsson, Palm, iPhone dan pada ponsel berbasis Android, Windows Mobile, Sidekick, INQ dan lain lain. Selain itu, facebook juga dimanfaatkan oleh seluruh operator telekomunikasi utama di berbagai penjuru dunia sebagai alat marketing. Menurut temuan baru-baru ini oleh peneliti pasar Morpace, AS pengguna facebook rata-rata tiga menit sekali dihabiskan untuk online. Pengguna 18 sampai 34 tahun menghabiskan waktu untuk online rata-rata 8,5 jam dan pengguna 55 tahun keatas menghabiskan 4,6 jam per minggu di facebook. Penelitian ini juga dieksplorasi aktivitas facebook oleh etnisitas. Menurut hasil, Asia adalah pengguna facebook terbesar, karena menghabiskan 39,6% per minggu waktu internet mereka untuk facebook. Sedangkan Afrika Amerika sebagai pengguna terbesar kedua sebanyak 35,1% dan terakhir adalah Hispanics yang menghabiskan waktu paling sedikit di facebook sebesar 31,7%.<sup>12</sup>

Untuk kasus Indonesia, data statistik menunjukkan bahwa pengguna facebook cukup banyak, berada di urutan kedua terbanyak di seluruh dunia, berada di bawah Amerika Serikat yang berada di urutan pertama di dunia dengan pengguna mencapai kurang lebih 145,747,320 pengguna. Pengguna Facebook di Indonesia kurang lebih mencapai

---

<sup>11</sup> *Ibid.*

<sup>12</sup> Dian Ayu Gemilang. *Op.Cit.*



32,131,200 pengguna dari total pengguna internet Indonesia berjumlah kurang lebih 45.000.000 orang.<sup>13</sup>

### C. Facebook Sebagai Media Komunikasi dan Kehidupan *Artificial Life*

Facebook adalah website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Orang juga dapat menambahkan teman-teman mereka, mengirim pesan, dan memperbarui profil pribadi agar orang lain dapat melihat tentang dirinya. Menurut Van Belleghem facebook mempunyai pengguna aktif terbanyak dari media sosial yang lain, dimana 51% dari pengguna media sosial dunia memiliki akun facebook. Jumlah penggunaan facebook menurut data resmi mereka adalah lebih dari 800 juta diseluruh dunia.<sup>14</sup>

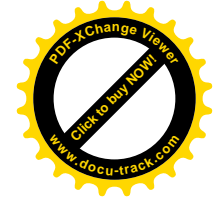
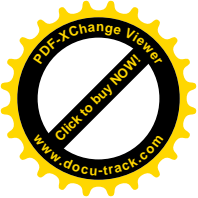
Situs jejaring sosial facebook telah membuat komunikasi yang terjadi antara seseorang atau sekelompok orang menjadi sangat yang sangat luas. Komunikasi tersebut terjadi antara orang dari satu group yang sama atau dengan group atau kelompok yang berbeda. Komunikasi itu bisa terjadi antara seorang istri dengan suaminya, seorang ibu atau bapak dengan anaknya, seorang saudara dengan saudaranya, orang Jawa dengan orang Makassar, orang Papua dengan orang Batak, orang Aceh dengan orang Bima, dll bahkan antara seseorang dengan orang lain yang tidak dikenal sama sekali yang berasal dari negara lain seperti Amerika, Belanda, Jerman dan sebagainya. Melalui situs jejaring sosial pertemanan facebook kita bisa saling berbagi, saling member dan saling mengisi, bahkan dengan situs tersebut kita bisa menjalin hubungan serius bahkan menuju jenjang pernikahan sekalipun.

Facebook sangat luas jangkauannya tidak terbatas kepada teman-teman saja, tetapi kepada semua orang di seluruh penjuru dunia. Hal ini memungkinkan ada diantara mereka yang berasal dari budaya yang berbeda. Walaupun komunikasi tersebut hanya berbentuk kata-kata atau tulisan dan simbol, tetapi makna sebuah kata itu sangat banyak dan

---

<sup>13</sup> <http://kodecahaya.blogspot.com/2010/12/statistik-pengguna-facebook-di.html#ixzz2E5kxNSfA>. Diakses tanggal 25 Pebruari 2012.

<sup>14</sup> <http://www.facebook.com/press/info.php?statistic>. Diakses tanggal 25 Pebruari 2012.



beragam, sehingga komunikasi melalui facebook ini menjadi sarat dengan makna yang tidak dipahami.<sup>15</sup>

Oleh karena itu dibutuhkan perbaikan cara komunikasi antar budaya dalam berkomunikasi melalui facebook. Hubungan melalui facebook juga tidak tertutup kemungkinan terjadinya apa yang disebut dengan kecemasan dan ketidakpastian. Ketika seseorang mencari pertemanan dengan orang dari luar kelompoknya, maka hal yang pasti terjadi adalah terjadinya kecemasan dan ketidakpastian terhadap informasi tentang orang dari kelompok lain tersebut. Hal ini juga dipengaruhi oleh stereotip, prasangka dan sikap etnosentrisme yang dimiliki. Ketika kita mempunyai sedikit informasi tentang orang yang sedang berkomunikasi dengan kita, maka informasi tersebut akan menjadi penting untuk melakukan pengurangan ketidakpastian dan kecemasan.<sup>16</sup>

Komunikasi melalui facebook lebih sulit lagi untuk mendapatkan informasi yang cepat tentang orang yang berkomunikasi dengan kita, karena kita tidak bisa melihat pesan non verbal mereka, sedangkan pesan non verbal merupakan hal yang penting dalam berkomunikasi. Hal tersebut terjadi karena facebook bisa dikatakan sebagai kehidupan buatan atau *artificial life*, kehidupan yang hanya bisa disaksikan lewat film-film seperti the Matrix, Terminator, atau Transformer.

Menurut Ahira ciri kehidupan *artificial life* adalah, pertama, merupakan sebuah dunia hiperrealitas. Artinya apa-apa yang dianggap tidak mungkin tercipta, bisa dimunculkan dalam dunia buatan tersebut. Imajinasi pun sangat berperan dalam dunia buatan tersebut sehingga sebagian orang menganggap dunia buatan lebih ril dari pada dunia ril itu sendiri. Kedua, ada sebuah manipulasi diri di dalam kehidupan buatan. Artinya setiap orang yang bergabung dalam situs jejaring sosial facebook dapat menjadi siapapun yang mereka inginkan sehingga eksistensi menjadi bias dan tidak dapat dikenali.<sup>17</sup>

Martin Heideger mengatakan bahwa eksistensi manusia adalah *being in the world* artinya keberadaan manusia hanya bisa dikenali atau dianggap sah jika ia hadir di dunia ini. Dunia yang dimaksud Heideger

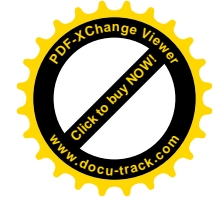
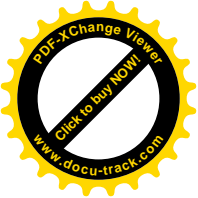
---

<sup>15</sup> Lary A. Samovar, dkk. *Komunikasi Lintas Budaya*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), h. 85

<sup>16</sup> *Ibid.*

<sup>17</sup> Anne Ahira. "Facebook dan Landasan Filsafat Komunikasi". Diambil dari <http://www.anneahira.com/filsafat-komunikasi.htm>. Diakses pada tanggal 18 April 2012.





adalah dunia nyata tanpa manipulasi.<sup>18</sup> Manusia adalah subjek yang menempati sementara dalam facebook manusia berubah menjadi objek.

Di jejaring sosial facebook seseorang bisa menjadi siapapun yang diinginkan karena tidak ada tuntutan atau kewajiban di dalamnya. Begitu banyak yang ditemukan dimana seseorang mempunyai identitas yang berbeda antara di dunia maya dengan identitas di dunia ril. Di facebook kita bisa menulis nama, siapa diri kita, pekerjaan, hobbi tanpa diketahui oleh orang lain. Di facebook seseorang bisa menemukan kesenangan yang tidak didapatkan di dunia nyata sehingga tidak mengherankan jika seseorang betah menghabiskan waktu di depan laptop atau komputer hanya untuk memerankan dunia buatanya.

Menurut Ahira bahwa facebook telah mereduksi diri manusia sekedar gambar yang tanpa emosional dan historis. Namun tidak dipungkiri juga bahwa keberadaan facebook sebagai sarana komunikasi telah menghancurkan dinding ruang dan waktu yang selama ini memisahkan kita semua.<sup>19</sup>

#### **D. Manfaat Facebook sebagai Media Komunikasi**

Facebook merupakan sebuah fenomena. Sejauh ini belum ada media yang dapat menarik begitu banyak orang untuk berada didalamnya seperti facebook. Besarnya jumlah pengguna facebook menjadi daya tarik tersendiri bagi sebagian orang untuk menjadikannya sebagai media komunikasi dalam kehidupan sehari-hari.

Di bawah ini merupakan beberapa manfaat facebook sebagai media komunikasi:

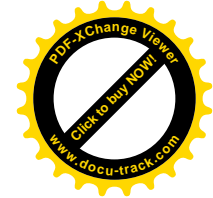
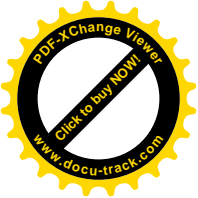
##### **1. Sebagai media bersilaturrehmi**

Dalam jejaring sosial facebook, seseorang dapat menjadi anggota dengan wajah yang terpampang beserta profil berupa nama lengkap, tanggal lahir, pekerjaan, hobi, dan lain sebagainya. Hal tersebut memudahkan seseorang untuk mencari teman, baik teman baru maupun teman lama. Misalnya ketika seseorang sudah lulus sekolah menengah sehingga perpisahan menjadi sesuatu yang tidak terelakkan. Tidak bertemu dengan teman dalam jangka waktu yang lama membuat seseorang sangat merindukan pertemuan tersebut. Dengan adanya

---

<sup>18</sup>Dreyfus, H. L. *Being-in-the-World: A Commentary on Heidegger's Being and Time, Division I*, (Cambridge, Mass.: MIT Press, 1990), h. 36.

<sup>19</sup> Anne Ahira. *Op.cit.*



facebook, tidak harus menunggu setahun sekali atau beberapa bulan untuk melakukan reuni. Jika secara fisik memang ingin bertemu dan berkumpul, facebook pun bisa dijadikan sarana untuk menginformasikan berita tersebut, langsung kepada orangnya dan bisa dikonfirmasi apakah teman tersebut bisa datang atau tidak.<sup>20</sup>

2. Sebagai media alternatif memperjuangkan kepentingan rakyat

Ketika satu sistem tidak berjalan dengan baik yang mengakibatkan munculnya gejolak dalam masyarakat karena persoalan keadilan, pemerintah yang tidak sigap merespon suatu masalah, dan lain sebagainya. Facebook bisa menjadi media alternatif memperjuangkan kepentingan masyarakat luas, seperti dalam kasus cicak vs buaya, Prita Mulyasari vs RS Omni Internasional, Darsem, PSSI dan sebagainya.

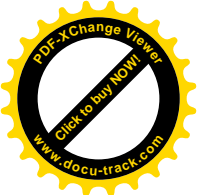
3. Sebagai media pembelajaran

Facebook mampu menjadi salah satu media sosial yang dipergunakan sebagai media pembelajaran, ketersediaan beberapa aplikasi dalam facebook mampu memfasilitasi dalam proses pembelajaran. Menurut Muhaimin Beberapa fasilitas facebook yang bisa dijadikan media belajar adalah:<sup>21</sup>

- a. *Notes*. Fitur ini bisa dimanfaatkan oleh pengajar untuk menuliskan artikel, materi, tugas, atau bahan ajar. Menyertakan link menuju halaman lain juga bisa dilakukan jika ada materi pelajaran yang berhubungan dengan materi lain atau yang telah dituliskan sebelumnya.
- b. *Messages*. Fitur ini memungkinkan pengguna Facebook untuk berkirim pesan ke pengguna lainnya. Seorang guru atau dosen dapat mengirimkan pesan keseluruhan siswa/mahasiswanya hanya dalam waktu yang singkat.
- c. *Group*. Fasilitas ini dapat dimanfaatkan untuk menjaring atau menentukan siapa saja yang berhak mengikuti, menerima, atau mengakses materi pelajaran. Seorang guru atau dosen dapat membuat group dengan mudah kemudian menentukan atau memasukkan siapa saja kedalam beberapa klasifikasi/grade.

<sup>20</sup> Ridwanaz. "Dampak Positif Jejaring Sosial Facebook". Diambil dari <http://ridwanaz.com/teknologi/internet/dampak-positif-jejaring-sosial-facebook/>. Diakses pada tanggal 18 April 2012

<sup>21</sup> Muhaimin. "Memanfaatkan Facebook Sebagai Media Pembelajaran Elektronik". Diambil dari <http://www.muhammadabd.com/2012/05/memanfaatkan-facebook-sebagai-media.html>. Diakses pada tanggal 25 Februari 2012.



- d. *Events*. Fasilitas ini dapat dimanfaatkan untuk mengingatkan member tentang kegiatan yang akan dilaksanakan dalam waktu dekat. Keuntungannya, FB secara otomatis akan memberikan pemberitahuan/notifikasi kepada member beberapa hari sebelum events tersebut dilaksanakan. Events bisa berupa jadwal ujian, jadwal pengumpulan tugas, jadwal acara, dll.
- e. *Chat*. Fasilitas ini memungkinkan pengguna Facebook untuk mengirimkan pesan singkat kepada sesama pengguna yang sedang online pada waktu bersamaan. Fasilitas ini dapat dimanfaatkan oleh pengajar untuk memberikan arahan kepada siswa atau mahasiswa satu per satu. Siswa dapat memanfaatkan fitur ini sebagai sarana diskusi *real time*.
- f. *Video Chat/Cam*. Fasilitas ini dapat dimanfaatkan untuk berdiskusi melalui media web cam. Pengajar dan pelajar/pelajar dan pelajar dapat menggunakan fasilitas ini dengan mudah.

#### 4. Sebagai strategi marketing ampuh di internet

Selain dapat dijadikan sebagai sarana berkumpul dan menginformasikan berita, pengusaha juga merasakan dampak positif dari Facebook. Facebook dapat juga dijadikan lahan untuk berbisnis. Prinsip bisnis adalah dimana ada kerumunan orang, maka sesuatu pasti bisa dijual disitu. Untuk kepentingan bisnis dan peluang usaha, makin banyak perusahaan mulai mengerti akan kekuatan Facebook. Perusahaan-perusahaan besar kini bukan hanya menggunakan media Mainstream (TV, radio dan media cetak) untuk beriklan atau menciptakan Brand. Penciptaan Brand dan strategi pemasaran kini merambah ke website yang interaktif dan seringkali dipadukan dengan media sosial semacam Facebook. Dengan facebook tinggal mengupload foto dan memberikan deskripsi tentang barang yang dijual. Semua foto tersimpan dalam folder foto, sangat rapi karena bisa dijadikan album untuk setiap kategori produk yang dijual.<sup>22</sup>

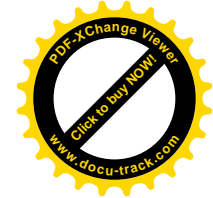
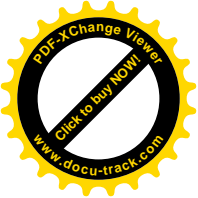
Menurut Fikri Lukmanul Hakim ada beberapa hal yang bisa dilakukan untuk mendongkrak bisnis melalui facebook,<sup>23</sup> yaitu:

- a. Facebook sebagai media riset pasar. Ketika akan menciptakan satu produk baru, maka sebelum produk benar-benar diciptakan dan dijual

---

<sup>22</sup> Ficky Lukmanul Hakim. "Pengaruh Facebook dalam Memperkuat Strategi Komunikasi Bisnis Perusahaan". *Laporan Penelitian*, (Bandung: Universitas Padjajaran, 2010), h. 65.

<sup>23</sup> *Ibid.*



ke pasar riset untuk mendapatkan *feedback* dari pasar mutlak diperlukan. Ketika menggunakan media mainstream (TV, radio dan media cetak), menggali opini konsumen sebelum kita menciptakan produk yang benar-benar diinginkan pasar mungkin akan menjadi suatu hal yang memakan waktu dan biaya. Kini dengan website dan facebook bisa menggali opini konsumen hanya dalam hitungan beberapa menit saja.

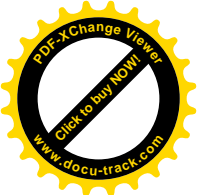
Konsumen akan sangat senang ketika opini mereka didengarkan oleh produsen. Interaksi yang terjadi melalui facebook memungkinkan terjadinya sebuah *viral communications* (komunikasi berantai) antar pengguna facebook. Komunikasi di facebook akan terjadi antar konsumen, dan konsumen dengan produsen. Jika cerdas memanfaatkan komunikasi yang terjadi, maka sudah melakukan analisis market untuk menunjang penjualan produk atau penciptaan brand produk yang dibuat.

- b. Facebook untuk branding, penghasil trafik dan penjualan. Facebook bisa digunakan untuk memajang atau men-display produk-produk tanpa perlu *space* yang besar dan bahkan bisa *free*. Jadi orang bisa melihat produk seseorang yang fotonya bisa ditampilkan di facebook (seperti iklan), namun tidak perlu mengeluarkan biaya sepeserpun untuk itu.

Dari sisi branding, pencitraan terjadi karena adanya interaksi antar pengguna facebook. Komunikasi terjadi antara calon pelanggan atau pelanggan dengan sesama pelanggan dan pelanggan dengan penjual. Rekomendasi positif dari pelanggan yang loyal mendorong penciptaan branding yang kuat. Dari sisi trafik dan penjualan, makin banyak teman dan jaringan yang dimiliki oleh penjual, penyebaran informasi produk makin luas pula. Dengan meluasnya penyebaran informasi produk, ditambah pencitraan yang baik dari brand yang dijual pada akhirnya meningkatkan penjualan/sales .

- c. Manfaatkan group, fans page, facebook marketplace dan facebookAds. Facebook bisa dimanfaatkan sebagai media penghasil uang di internet. Hal tersebut bisa dilakukan dengan mencoba layanan facebook group, facebook page, facebookads dan facebook marketplace.

Layanan group dan page tidak jauh berbeda dengan layanan pertemanan biasa. Sedangkan facebook marketplace oleh pengelola facebook memang ditujukan sebagai pasar. Sedangkan layanan facebookads merupakan layanan iklan berbayar dengan sistem *pay per*



*click* atau *cost per thousand* yang berarti harus membayar sebanyak berapa kali iklan diklik atau seberapa ribu kali iklan ditayangkan di Facebook .

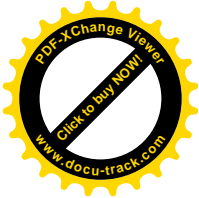
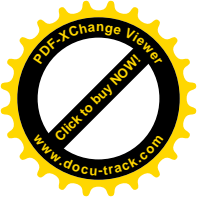
### III. PENUTUP

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dewasa ini sudah sangat cepat menyebar di berbagai aspek kehidupan, Salah satu contoh dari TIK ini adalah internet yg di dalamnya ada situs yang sangat fenomenal yaitu facebook.

Situs jejaring sosial facebook merupakan sarana komunikasi bagi seseorang atau sekelompok orang dengan orang lain. Kedua orang atau kelompok yang berkomunikasi tersebut tidak tertutup kemungkinan adalah berasal dari dua konteks budaya yang berbeda yang sebelumnya tidak saling mengenal. Facebook mampu menembus keseluruhan dunia tanpa mengenal siapa dan bagaimana orang yang akan berinteraksi dengan kita melalui situs ini. Kita bisa menemukan teman yang sudah puluhan tahun tidak pernah bertemu dan berkomunikasi, bahkan bisa mendapatkan teman yang tidak diketahui asal usul dan silsilahnya.

Facebook bisa dikatakan sebagai kehidupan buatan atau *artificial life* karena apa yang dianggap tidak mungkin tercipta, bisa dimunculkan dalam dunia buatan tersebut. Di facebook bisa manipulasi diri di dalam kehidupan buatan dengan menjadi siapapun yang diinginkan sehingga eksistensi menjadi bias dan tidak dapat dikenali.

Meskipun demikkian, sebagai media komunikasi facebook tetap bisa dimanfaatkan sebagai media bersilaturrehmi, sebagai media alternatif memperjuangkan kepentingan rakyat, sebagai media pembelajaran (dengan menggunakan fasilitas *notes, messages, group, events, chat, dan video chat/cam*), sebagai strategi marketing ampuh di internet dengan menggunakan facebook sebagai media riset pasar, facebook untuk branding, penghasil trafik dan penjualan serta memanfaatkan group, fans page, facebook marketplace dan facebookAds.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahira, Anne. "Facebook dan Landasan Filsafat Komunikasi". Diambil dari <http://www.anneahira.com/filsafat-komunikasi.htm>.
- Dreyfus, H. L., 1990, *Being-in-the-World: A Commentary on Heidegger's Being and Time, Division I*, Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Gemilang, Dian Ayu. (2011). "Peran Facebook Sebagai Media Komunikasi Bisnis Online (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Facebook Sebagai Media Komunikasi Bisnis Online). *Skripsi*. Universitas pembangunan nasional "veteran": Tidak diterbitkan
- Hakim, Ficky Lukmanul. (2010). "Pengaruh Facebook dalam Memperkuat Strategi Komunikasi Bisnis Perusahaan". *Laporan Penelitian*. Bandung: Universitas Padjajaran.
- Ismail, Ade. (2009). *Tentang Facebook*. Diambil dari <http://www.tips-fb.com/2009/01/tentang-facebook.html>.
- Muhaimin. "Memanfaatkan Facebook Sebagai Media Pembelajaran Elektronik". Diambil dari <http://www.muhaminabd.com/2012/05/memanfaatkan-facebook-sebagai-media.html>.
- Ridwanaz. "Dampak Positif Jejaring Sosial Facebook". Diambil dari <http://ridwanaz.com/teknologi/internet/dampak-positif-jejaring-sosial-facebook/>.
- Sarmiati. (2012). "Interaksi Sosial dan Gaya Komunikasi Melalui Facebook". *Jurnal Komunikata Kajian Budaya-Media*, V, 22.
- Samovar, Lary A., Richar E. Porter., dan Edwin R McDaniel. (2010). *Komunikasi Lintas Budaya*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Taryum, Disma M. (2009). "Manfaatkan Facebook Sebagai Media Diskusi". Diambil dari <http://www.jurnalbogor.com>.
- Vivian, John. (2008). *Teori Komuniakasi Massa*. Jakarta: Kencana.  
<http://www.antaraneews.com/berita/1264914892/pesantren-manfaatkan-facebook-untuk-komunikasi>.  
<http://tyaset.blog.com/2010/02/12/media-informasi/>.