

**THE ROLE OF CONSUMER TRUST IN MEDIATING WEBSITE QUALITY TO THE PURCHASE INTENTION ON ZILINGO ONLINE SHOP SITE IN BANDAR LAMPUNG**

*Atikah Nur Hidayah, Faila Shofa*

**SOCIETY COMMUNICATION ON THE PERFORMANCE OF STEAM POWER PLANT (PLTU)  
(A Case Study On the Society Who Lived On Sub-District of Tawaeli Palu City)**

*Febriany, Uljanatunnisa*

**EFFECTS OF MEDIA EXPOSURE AND MY TRIP MY ADVENTURE IMPRESSIONS ON INTEREST IN ENHANCING NATURE CONSERVATION (Study At Mapala Community)**

*Nuval Ilyasa, Siti Masitoh*

**ROMANTIC DRIVERS OF KOREAN AND AUDIENCE READING:  
ANALYSIS OF RECEPTION**

*Puji Rianto*

**BROMANCE REPRESENTATION IN JAVA CULTURE BACKGROUND  
MOVIE "YOWIS BEN"**

*Sunny Uma Hanani, Nilla Reza*

**THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN DISSEMINATION OF AGRICULTURAL  
INFORMATION IN PUSTAKA BOGOR**

*Tamara Dwiyaniti, Indira Irawati*

**USING FACEBOOK-BASED SOCIAL MEDIA IN SUPPORTING MARKETING EQUIPMENT  
ACTIVITIES TRADITIONAL AGRICULTURE**

**(Study on the traditional farming tools center of Galonggong Village,  
Tasikmalaya Regency, West Java Province)**

*Yunus Winoto, Kaizeno Globi Cancerine, Rully Kairul Anwar*

**IMPLEMENTATION OF PUBLIC RELATIONS MODEL IN SOSIALIZING LOCAL CULTURE TO  
SUMENEP'S YOUNG GENERATION**

*Mohammad Insan Romadhan, A. Rohimah, B.C.S Adhi Pradana*



# MetaKom

Jurnal  
Kajian  
Komunikasi

*Volume 3 No.2 Oktober 2019*  
*ISSN 2443-3691*

Jurnal Kajian Komunikasi MetaKom diterbitkan dua kali dalam satu tahun oleh Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, berisi artikel ilmiah kajian ilmu komunikasi hasil penelitian dan telaah teoritis dari akademisi dan praktisi komunikasi

**ISSN**  
2443-3691

**PENGARAH**

Dekan FISIP  
Universitas Lampung

**PENANGGUNG JAWAB**

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi  
FISIP Universitas Lampung

**KETUA PENYUNTING**

Dr. Abdul Firman Ashaf

**PENYUNTING PELAKSANA**

Ahmad Rudy Fardiyan, S.Sos., M.Si  
Eka Yuda Gunawibawa, S.I.Kom., M.Med.Kom  
Vito Prasetya, S.Sos., M.Si.  
Purwanto Putra, S.Hum., M.Hum  
Nadya Amalia Nasution, S.I.Kom., M.Si.

**PENERBIT**

Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Lampung

**ALAMAT REDAKSI**

Jurusan Ilmu Komunikasi  
FISIP Universitas Lampung  
Jl. Sumantri Brojonegoro No.1  
Bandar Lampung  
Telp./Fax. 0721-704626  
website:  
jurnal.fisip.unila.ac.id  
e-mail:  
jurnal.metakom@fisip.unila.ac.id



## PENGANTAR REDAKSI

Puji syukur kehadirat Tuhan YME atas rahmat dan karunia-Nya sehingga Jurnal Kajian Komunikasi MetaKom ini bisa diterbitkan. Tidak sedikit waktu yang dilalui untuk impian memiliki jurnal sendiri. Sebagai civitas akademis, belum lengkap rasanya jika sebuah program studi belum memiliki medium untuk menampung pemikiran-pemikiran dan hasil penelitian dari komunitas akademis. Untuk itulah Jurnal MetaKom hadir sebagai wadah publikasi ilmiah demi menunjang tridharma perguruan tinggi, khususnya dalam pengembangan ilmu lewat publikasi hasil penelitian dan pemikiran. Jurnal Kajian Komunikasi MetaKom diharapkan mampu memfasilitasi kebutuhan civitas akademika, praktisi, komunitas, maupun masyarakat umum atas informasi seputar perkembangan dan persoalan-persoalan dalam kajian komunikasi yang mutakhir, baik dalam lingkup lokal, regional, maupun global.

Pada edisi keenam ini Jurnal MetaKom menyajikan delapan artikel ilmiah yang mengupas sejumlah problem komunikasi, baik dalam bentuk komunikasi pesaran terhadap *marketplace* di Indonesia, media maupun perpustakaan. Diantaranya yaitu , peran kepercayaan terhadap pembelian online, pola komunikasi terhadap kinerja perusahaan, romantisme drama korea dan pembacaan khalayak, peran *public relations* terhadap budaya lokal, dan lain-lain.

Akhir kata, redaksi mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu menerbitkan Jurnal Kajian Komunikasi MetaKom. Kami pun mengharapkan masukan berupa kritik dan saran dari pembaca demi peningkatan mutu Jurnal Kajian Komunikasi MetaKom ini.

Selamat membaca!

Salam Redaksi

## **DEWAN REDAKSI**

**Prof. Karomani**  
(Universitas Lampung, Indonesia)

**Prof. Dr. Khomsahrial Ramli, M.Si.**  
(UIN Raden Intan, Indonesia)

**Dr. Hermin Indah Wahyuni**  
(Universitas Gadjah Mada, Indonesia)

**Dr. Tina Silvana**  
(Universitas Padjadjaran, Indonesia)

**Dr. Nuryah Asri Sjafrah**  
(Universitas Padjadjaran, Indonesia)

**Dr. Andy Corry Wardhani**  
(Universitas Lampung, Indonesia)

**Dr. Tina Kartika**  
(Universitas Lampung, Indonesia)

**DAFTAR ISI**

*THE ROLE OF CONSUMER TRUST IN MEDIATING WEBSITE QUALITY TO THE PURCHASE INTENTION ON ZILINGO ONLINE SHOP SITE IN BANDAR LAMPUNG*  
(Atikah Nur Hidayah, Faila Shofa) ..... 1 - 12

*SOCIETY COMMUNICATION ON THE PERFORMANCE OF STEAM POWER PLANT (PLTU)*  
(A Case Study On the Society Who Lived On Sub-District of Tawaeli Palu City)  
(Febriany, Uljanatunnisa) ..... 13 - 25

*EFFECTS OF MEDIA EXPOSURE AND MY TRIP MY ADVENTURE IMPRESSIONS ON INTEREST IN ENHANCING NATURE CONSERVATION*  
(Study At Mapala Community)  
(Nuval Ilyasa, Siti Masitoh) ..... 27 - 37

*ROMANTIC DRIVERS OF KOREAN AND AUDIENCE READING: ANALYSIS OF RECEPTION*  
(Puji Rianto) ..... 39 - 49

*BROMANCE REPRESENTATION IN JAVA CULTURE BACKGROUND MOVIE "YOWIS BEN"*  
(Sunny Uma Hanani, Nilla Reza) ..... 51 - 63

*THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN DISSEMINATION OF AGRICULTURAL INFORMATION IN PUSTAKA BOGOR*  
(Tamara Dwiyantri, Indira Irawati) ..... 65 - 79

*USING FACEBOOK-BASED SOCIAL MEDIA IN SUPPORTING MARKETING EQUIPMENT ACTIVITIES TRADITIONAL AGRICULTURE*  
(Study on the traditional farming tools center of Galonggong Village, Tasikmalaya Regency, West Java Province)  
(Yunus Winoto, Kaizeno Globi Cancerine, Rully Kairul Anwar) .....81 - 96

*IMPLEMENTATION OF PUBLIC RELATIONS MODEL IN SOSIALIZING LOCAL CULTURE TO SUMENEP'S YOUNG GENERATION*  
(Mohammad Insan Romadhan, A. Rohimah, B.C.S Adhi Pradana) ..... 97- 108

**PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL BERBASIS FACEBOOK DALAM  
MENUNJANG KEGIATAN PEMASARAN ALAT-ALAT PERTANIAN  
TRADISIONAL**

(Studi pada sentra alat-alat pertanian tradisional Kampung Galonggong Kabupaten  
Tasikmalaya Provinsi Jawa Barat)

**USING FACEBOOK-BASED SOCIAL MEDIA IN SUPPORTING MARKETING  
EQUIPMENT ACTIVITIES TRADITIONAL AGRICULTURE**

(Study on the traditional farming tools center of Galonggong Village, Tasikmalaya Regency,  
West Java Province)

**Yunus Winoto<sup>1</sup>, Kaizeno Globi Cancerine<sup>2</sup>, Rully Kairul Anwar<sup>3</sup>**

---

**ABSTRAK**

Metode yang dipergunakan menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian action riset. Ada lima tahapan dalam penelitian yang dimulai tahap diagnosis, tahap perencanaan, pelaksanaan, evaluasi serta tahap pembelajaran. Pada tahap tindakan berupa pembuatan halaman facebook untuk kegiatan pemasaran pengrajin Galonggong dengan nama "Kerajinan Kampung Galonggong Tasik" dan nama pengguna yaitu @kerajinangalonggong.tas1k. Adapun dari hasil evaluasi terhadap rancang bangun pengembangan media sosial berbasis Facebook dalam menunjang kegiatan pemasaran para pengrajin alat-alat pertanian di kampung Galonggong Tasikmalaya berupa halaman Facebook dengan nama "Kerajinan Kampung Galonggong Tasik" bahwa halaman ini sudah dinilai serta diterima dengan sangat baik oleh para pengrajin dan dikatakan sudah layak digunakan untuk kegiatan pemasaran produk-produk dari kerajinan alat-alat pertanian kampung Galonggong Tasikmalaya.

**Kata Kunci** : media sosial, facebook, internet, teknologi informasi, alat pertanian.

**ABSTRACT**

*The method used uses a qualitative approach to the type of action research research. There are five stages in the research that begin the diagnosis stage, the planning, implementation, evaluation and learning stages. At the stage of the action in the form of creating a Facebook page for Galonggong craftsman marketing activities with the name " Galonggong Tasik Village Crafts " and the user name is @ kerajinangalonggong.tas1k. As for the results of an evaluation of the design of Facebook-based social media development in supporting the marketing activities of agricultural equipment craftsmen in the village of Galonggong Tasikmalaya in the form of a Facebook page with the name "Handicraft Kampong Galonggong Tasik" that this page has been assessed and received very well by the craftsmen and said to have been suitable for use in the marketing of products from the agricultural tools of the village of Galonggong Tasikmalaya.*

**Keywords:** social media, facebook, internet, information technology, agricultural tools.

---

<sup>1</sup> Universita Padjadjaran, yunuswilnoto@gmail.com

<sup>2</sup> Universita Padjadjaran

<sup>3</sup> Universita Padjadjaran

## PENDAHULUAN

Sebagai salah satu kabupaten di wilayah selatan Provinsi Jawa Barat Tasikmalaya memiliki kekayaan alam yang sangat melimpah, mulai dari pasir besi, pertambangan emas tradisonal, pertambangan mangan di Karangungal sentra penghasil tanaman salak Manonjaya, sentra tanaman manggis Puspahiyang, serta beberapa daerah di Tasikmalaya menjadi sentra kerajinan terkenal. Adapun mengenai sentra kerajinan yang ada di Tasikmalaya diantaranya sentra kerajinan bambu di Rajapolah, sentra kerajinan berbahan mendong di daerah Purbaratu, sentra kerajinan sandal kelom geulis dan payung dari kertas dari Gobras, sentra kerajinan bordiran dari Kawalu, sentra batik di daerah Cigeureung Tasikmalaya, serta sentra alat-alat pertanian berasal dari daerah “Galonggong” Kecamatan Manonjaya.

Berbicara tentang sentra industry alat-alat pertanian kampung “Galonggong” adalah merupakan sentra tempat pemuatan alat-alat pertanian yang berada di wilayah Desa Cilangkap Kecamatan Manonjaya Kabupaten Tasikmalaya. Wilayah ini sudah terkenal sejak jaman Belanda sebagai tempat pembuatan alat-alat pertanian mulai dari golok, pisau, cangkul, linggis, alat membatat rumput, dll. Namun demikian cara pemasaran alat-alat pertanian ini sebagian besar masih dilakukan secara konvensional yakni dengan cara dipajangkan di kios yang dibuat sepanjang jalan Manonjaya -Cimaragas -Banjar, sehingga yang mengetahui terbatas orang yang kebetulan lewat ke wilayah selatan Jawa melalui jalan Manonjaya - Cimaragas atau masyarakat yang telah menjadi pelanggan alat-alat pertanian.

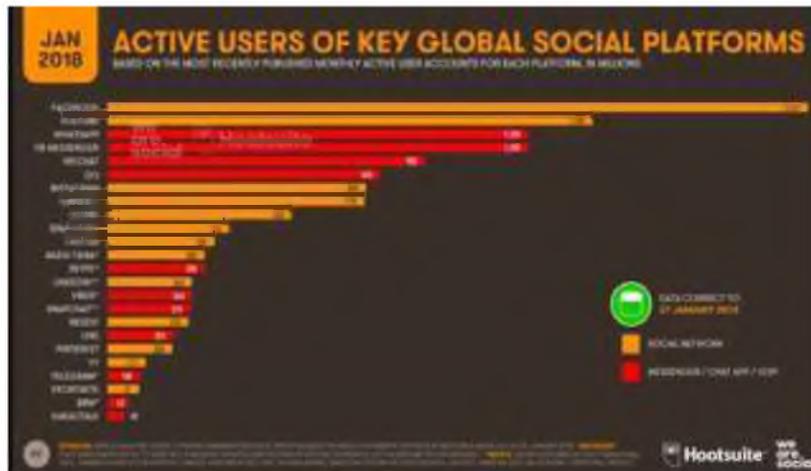


Gambar 1 : Kios Yang Memajang Alat-alat Pertanian Kampung Galonggong

Kemudian seiring dengan perkembangan teknologi informasi saat ini yang ditandai dengan hadirnya media online seperti internet telah memberikan dampak yang sangat besar dalam kehidupan dimasyarakat. Melalui penggunaan internet dapat menjadi media ampuh dalam menyebarkan informasi secara cepat dalam jangkauan yang luas. Penggunaan teknologi internet dalam kehidupan sehari-hari oleh masyarakat dunia jumlahnya semakin meningkat. Salah satu bentuk penggunaan jaringan internet ialah dengan hadirnya media sosial. Seiring bertambahnya pengguna internet diseluruh dunia, maka tentu saja pertumbuhan ini membuat meningkatnya penggunaan media sosial. Dengan kehadiran internet ini menjadi salah satu bukti nyata dari adanya perkembangan teknologi informasi.

Mengenai media social, saat ini dikenal ada beberapa jenis media social seperti Whatapps, Twitter, Instagram serta facebook. Namun dari sekian jenis media social tersebut penggunaan facebook terutama untuk kalangan masyarakat Indonesia, apalagi masyarakat yang tinggal di daerah media social facebook merupakan media social yang paling banyak digunakan. Facebook menjadi andalan bagi masyarakat dikarenakan penggunaan-nya yang mudah dan fitur-fitur lengkap yang berada didalamnya. Menurut Kurniali, Sartika. (2009:7), Facebook pertama kali diperkenalkan oleh salah satu Mahasiswa dari Harvard *University* bernama Mark Zuckerberg, yaitu pada tanggal 04 Febuari 2006.

Melalui media sosial Facebook, para penggunanya dibebaskan untuk bergabung dengan satu ataupun lebih jaringan, seperti berdasarkan wilayah geografis, tempat kerja, tempat sekolah, tempat berbisnis, dan lain sebagainya. Dengan jaringan yang luas, Facebook menjadi salah satu media sosial yang digunakan oleh hampir seluruh kalangan masyarakat dimanapun mereka berada. Adapun karakteristik Facebook dalam proses komunikasi menurut Sosiawan (2011: 61), antara lain adalah (1) dapat memfasilitasi komunikasi dan interaksi secara virtual, yaitu tanpa batas ruang serta waktu, (2) dapat menjalin komunikasi dengan pengguna Facebook lainnya secara lebih efisien, baik dari segi waktu, tenaga, dan biaya, (3) dapat digunakan untuk saling bertukar pikiran secara mudah, (4) situs jejaring sosial dapat menisbikan konflik diantara para interaksi didalamnya karena bersifat virtual dalam melakukan komunikasi.



Gambar 2. Tingkat Penggunaan Berbagai Platform Media Sosial  
(Sumber: <https://waresocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>)

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh *We Are Social* bahwa media sosial telah merajai pengguna internet pada tahun 2018. Hingga saat ini dari banyaknya platform yang ada dan berkembang, penggunaan media sosial Facebook jumlahnya masih mendominasi, yaitu dengan jumlah pengguna aktif dalam sebulan dapat mencapai 2,167 juta. Kemudian, pengguna aktif setiap bulannya disusul oleh media sosial Youtube sebesar 1,5 juta dan media sosial WhatsApp, yaitu dengan jumlah sebesar 1,3 juta pengguna<sup>4</sup>.

Facebook merupakan media yang dapat digunakan sebagai kegiatan pemasaran suatu produk ataupun jasa. Dalam menunjang kegiatan pemasaran tersebut, Facebook dapat membantu pemilik bisnis dalam membangun kepercayaan. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Lasmadiarta (2011:3), yang menyatakan bahwa hal terpenting dalam melakukan penawaran adalah kepercayaan. Adapun melalui penggunaan media sosial Facebook ini orang dapat membangun kepercayaan dengan cara menyampaikan pesan berupa informasi-informasi, yang meliputi: (1) menambahkan informasi sebanyak-banyaknya mengenai profil, selama tidak mengganggu privasi, (2) tambahkan informasi berupa alamat kontak yang dapat dihubungi, (3) apabila memiliki, tambahkan beberapa perusahaan rekanan, (4) jadilah anggota dari halaman orang-orang yang terkenal, (5) memposting hal-hal yang bermanfaat, (6) tampilkan foto-foto presentasi yang dapat meyakinkan orang lain, dan terakhir (7) penyampaian pesan.

<sup>4</sup> Jamaludin, Fauzan. Media Sosial Merajai Pengguna Internet di Dunia. Merdeka.com, 2018 : <https://www.merdeka.com/teknologi/media-sosial-merajai-pengguna-internet-di-dunia.html>. (Diakses pada 09 Agustus 2018, pukul 11.45 WIB).

Masyarakat banyak yang beralih memanfaatkan teknologi informasi tersebut dalam memenuhi kehidupannya sehari-hari, termasuk dalam berdagang dan melakukan kegiatan pemasaran. Istilah tersebut pada zaman sekarang dikenal dengan bisnis *online*. Bisnis *online* merupakan kegiatan jual beli dan pemasaran dalam bentuk *online*. Artinya dalam pelaksanaannya tidak dilakukan secara langsung dalam satu tempat seperti halnya kios atau pasar, melainkan melalui jaringan internet yang secara langsung tidak bertatap muka layaknya kegiatan jual beli menggunakan cara konvensional. Penggunaan jaringan internet melalui media sosial dalam hal berdagang atau bisnis kian marak jumlahnya. Sejalan dengan hal tersebut dan seiring dengan berkembangnya zaman, penggunaan Facebook tidak hanya sebatas sebagai media yang digunakan untuk berkomunikasi dan bertukar informasi saja, melainkan dapat digunakan pula sebagai media promosi bagi para pebisnis *online*.

Penggunaan facebook sebagai media promosi dan penjualan dikarenakan fitur didalamnya yang lengkap dan mudah dijangkau oleh siapapun, sehingga hanya mengandalkan media ini para penjual atau para pemilik usaha dapat menargetkan sasaran dari berbagai kalangan secara cepat dan luas. Para pemilik usaha, baik yang berskala besar maupun kecil mulai menggunakan Facebook dalam mendukung berbagai aktifitas penjualan dan promosi mereka. Aktifitas tersebut, saat ini sering disebut dengan istilah Facebook *marketing*. Menurut Muttaqin (2011:3), Facebook *marketing* yaitu melakukan aktivitas *marketing* atau pemasaran dengan menggunakan semua fasilitas yang telah disediakan oleh Facebook untuk tujuan meningkatkan penjualan (*sales*) dan dapat menjalin komunikasi yang lebih langgeng dengan pelanggannya (*customer relationship*).

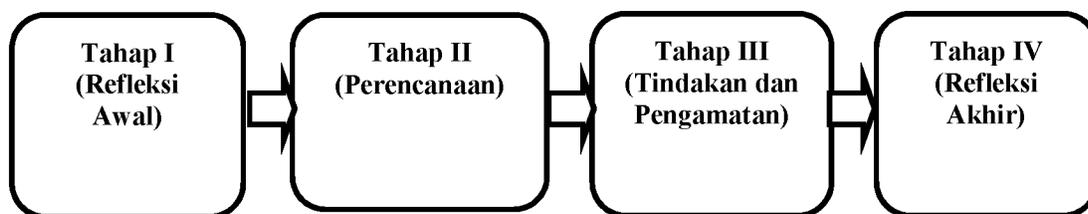
Berdasarkan pemaparan tersebut peneliti tertarik untuk membuat rancang bangun media pemasaran alat-alat pertanian melalui media social berbasis facebook. Salah satu yang menjadi pertimbangan peneliti dikarenakan pfacebook merupakan media social yang paling banyak dan sangat familiar bagi masyarakat khususnya masyarakat pedesaan termasuk dalam hal ini masyarakat di wilayah Galonggong yang merupakan kampung pengrajin alat-alat pertanian.

#### a. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian action research.

Dalam diskursus penelitian *action research* atau yang kerap disebut dengan penelitian tindakan ini memiliki beberapa istilah lainnya yang merujuk kepada suatu penelitian berbasis praktisi yang dilakukan secara mandiri ataupun secara bersama-sama, seperti *practioner research, insider research, atau self-study research*.. Penelitian tindakan adalah penelitian tindakan yang dilakukan dimana dalam penelitiannya, teknik tindakan terkontrol secara efektif (Zuriah 2003:86). Penelitian tindakan bersifat partisipatori dan kolaboratif, yang secara khas dilakukan karena kepedulian bersama terhadap keadaan yang perlu ditingkatkan. Menurut Zuriah ada empat tahapan dalam operasional penelitian tindakan, yaitu:

- Tahap I (Refleksi Awal)
- Tahap II (Perencanaan)
- Tahap II (Tindakan dan Pengamatan)
- Tahap IV (Refleksi Akhir)



Gambar .3 Tahapan Penelitian Tindakan

Sebagaimana yang tertuang dalam gambar di atas ada empat (4) tahapan dalam penelitian tindakan yakni berupa tahap reflektif awal yang berupa tahap indentifikasi dan diagnosis permasalahan yakni dikaji sesuai dengan topik yang sedang menjadi perhatian, tahap perencanaan berupa persiapan yang akan dlakukan setelah mengidentifikasi dan mengkaji permasalahan, tahap tindakan dan pengamatan berupa tindak lanjut dari upaya untuk mengatasi dan melakukan pengamatan, serta tahap refleksi akhir yang berupa evaluasi hasil pelaksanaan dan pengamatan kegiatan. Selain itu juga dalam penelitian tindakan mencantumkan indakator-indikator keberhasilan dengan melihat sebelum action riset dilakukan dan setelah action riset dilakukan.

## HASIL PENELITIAN

Rancang bangun merupakan suatu bentuk produk yang diciptakan dari hasil penelitian untuk memudahkan peneliti dalam mengatasi permasalahan yang terdapat pada objek penelitian. Rancang bangun merupakan istilah yang terdiri dari kata rancang dan bangun.

Kata “rancang” adalah kata sifat yang berasal dari “perancangan” yang merupakan serangkaian prosedur untuk menerjemahkan hasil analisis dari sebuah sistem ke dalam bahasa pemrograman untuk mendeskripsikan dengan rinci bagaimana komponen-komponen sistem diimplementasikan (Pressman, 2005). Oleh karena demikian istilah rancang bangun pada penelitian ini ialah merupakan produk dari hasil penelitian yang berasal dari penerjemahan data-data yang berhasil dikumpulkan, seperti observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi yang akan digunakan peneliti dalam memudahkan membuat rancang bangun pengembangan Facebook dalam menunjang kegiatan pemasaran para pengrajin alat-alat pertanian di Kampung Galonggong Kabupaten Tasikmalaya.

Kemudian mengenai media sosial yang digunakan dalam membangun jaringan informasi untuk pemasaran alat-alat pertanian yaitu media facebook. Ada beberapa kelebihan dari media social facebook diantaranya melalui media Facebook penggunaanya dibebaskan untuk bergabung dengan satu ataupun lebih jaringan, seperti berdasarkan wilayah geografis, tempat kerja, tempat sekolah, tempat berbisnis, dan lain sebagainya. Dengan jaringan yang luas, Facebook menjadi salah satu media sosial yang dipakai oleh hampir seluruh kalangan masyarakat dimanapun. Adapun karakteristik Facebook dalam proses komunikasi menurut Sosiawan (2011: 61), antara lain adalah (1) memfasilitasi komunikasi dan interaksi secara virtual tanpa batas ruang dan waktu, (2) menjalin komunikasi secara lebih efisien dari segi waktu, tenaga, dan biaya, (3) dapat digunakan untuk bertukar pikiran dengan sangat mudah, (4) karena bersifat virtual dalam berkomunikasi, maka situs jejaring sosial menisbikan konflik diantara para interaksi di dalamnya.

Mengingat banyaknya kelebihan yang dimiliki media sosial facebook ini, maka penggunaan media sosial bukan hanya sebatas untuk kegiatan komunikasi dan pertukaran informasi saja, namun dapat dipakai juga sebagai media promosi dan penjualan dikarenakan fitur didalamnya yang lengkap dan mudah dijangkau oleh siapapun, sehingga melalui media ini para penjual atau para pemilik usaha dapat menargetkan sasaran dari berbagai kalangan secara cepat dan luas. Berkaitan dengan aktifitas ini sering disebut dengan istilah Facebook *marketing*. Menurut Muttaqin (2011:3), Facebook *marketing* adalah melakukan aktivitas *marketing* menggunakan semua fasilitas yang disediakan oleh Facebook dengan tujuan meningkatkan penjualan

(*sales*) dan menjalin komunikasi yang lebih langgeng yang dengan pelanggan (*customer relationship*).

Facebook sebagai media sosial memberikan banyak kesempatan bagi penggunanya untuk mengembangkan usaha melalui Facebook. Hal ini dikarenakan Facebook memiliki peranan sebagai media komunikasi bisnis diantara para penggunanya (*Facebookers*). Dengan memanfaatkan salah satu fitur yang ada di Facebook yaitu *market place*, para pelaku usaha dapat mengiklankan atau menjual produknya secara luas. Selain itu, dengan adanya Facebook *marketing* para konsumennya dapat mencari informasi yang lebih spesifik tentang suatu produk dan dapat memilih produk mana yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginannya.

Kemudian sebagai yang telah dipaparkan di atas penelitian ini mengkaji tentang pengembangan media social berbasis facebook dalam menunjang kegiatan pemasaran alat-alat pertanian tradisional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian tindakan. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kampung Pengrajin Alat-alat Pertanian Galonggong Kecamatan Manonjaya Kabupaten Tasikmalaya. Berdasarkan hasil pengumpulan data jumlah kios pengrajin alat pertanian yang aktif sebanyak 42 orang, belum termasuk pekerja pandai dan tenaga yang membantu kegiatan proses pembuatan alat pertanian lainnya.

Untuk penelitian tindakan ini dimlulai dengan melakukan diagnosis permasalahan yang ada di lokasi penelitian, melakukan perencanaan serta melakukan rancang bangun group pengrajin alat pertanian yang berbasis facebook serta melakukan evaluasi rancangan group facebook dengan mengamati dan minta masukan dari berbagai pihak yang terkait dengan penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa :

1. Tahap Reflektif Dalam Melakukan Pengembangan Media Sosial Berbasis Facebook

Tahap diagnosa merupakan tahapan awal dalam penelitian tindakan ini. Diagnosa merupakan kegiatan mengidentifikasi masalah-masalah pokok yang ada guna menjadi dasar kelompok atau organisasi sehingga terjadi perubahan. Dari masalah-masalah yang mampu didiagnosa hasilnya, maka dapat memudahkan peneliti dalam menentukan rancang bangun apa yang sesuai untuk mengatasi permasalahan tersebut. Berkaitan dengan penggunaan media social berbasis facebook, sebenarnya pembuatan group 'Kerajinan Galonggong' telah dibuat oleh beberapa anggota kelompok pengrajin,

namun nampaknya dari sisi konten dan penyajiannya masih kurang, diantaranya yaitu, tidak terdapat informasi yang menampilkan produk apa saja yang tersedia beserta deskripsi produk yang dijual, seperti nama barang, harga barang, deskripsi singkat barang, dan lain sebagainya. Padahal deskripsi produk ini penting agar para calon pembeli dapat mengetahui spesifikasi dari produk yang dicari atau dibutuhkannya. Selanjutnya, grup Facebook “Kerajinan Galonggong” ini tidak mencantumkan tentang detail informasi grup Facebook, seperti informasi kontak yang terdiri dari nomor telepon yang dapat dihubungi, alamat email, alamat kios, dan lain sebagainya yang dibutuhkan oleh calon pembeli apabila ingin mengetahui lebih jauh mengenai si penjual.

Dengan tidak adanya informasi kontak ini juga dapat menyebabkan calon pembeli kesulitan dalam menghubungi si penjual ketika hendak membeli produk yang diinginkan dan akan menimbulkan ketidakpercayaan terhadap grup “Kerajinan Galonggong” ini sebagai grup tempat pemaaran dan jual beli kerajinan Galonggong. Selain itu, grup Facebook ini tidak memberikan informasi kepada pengunjung atau anggota grup yang tergabung berupa deskripsi singkat mengenai dan maksud dibuatnya grup tersebut. Selain itu juga yang masih kelemahan dari group “Kerajinan Galonggong” ini belum mengoptimalkan penggunaan dari fitur-fitur yang tersedia dalam Facebook *marketing* untuk kegiatan pemasaran kerajinan alat-alat pertaniannya, seperti fitur chat, *message*, deskripsi produk, *tagging*, *Share/Posted Items Notes and Photos*, dll. Oleh karena demikian berangkat dari hasil analisis permasalahan dengan mengkaji penggunaan media sosial facebook yang telah digunakan saat ini, peneliti selanjutnya melakukan perencanaan untuk pengembangan group facebook “kerajinan Galonggong” yang telah ada untuk disempurnakan supaya lebih optimal.

## 2. Tahapan Perencanaan dari Pengembangan Media Sosial Berbasis Facebook

Memasuki tahap perencanaan peneliti melaksanakannya berdasarkan dari hasil diagnosa pada tahapan pertama. Kemudian peneliti akan memahami masalah yang ada secara baik dan mengambil keputusan yang harus diambil dari permasalahan tersebut, setelahnya peneliti mengadakan perencanaan dengan melakukan perancangan yang akan dibuat sesuai dengan tema penelitian. Kemudian, perencanaan didasarkan kepada keinginan atau kebutuhan dari para pengrajin.

Berdasarkan hasil diagnosa dan pengumpulan data lainnya, seperti wawancara dan

observasi. Diketahui bahwa sebagian besar pengrajin belum menggunakan media sosial seperti facebook dalam melakukan kegiatan pemasaran hasil produksinya. Sedangkan untuk group facebook “kerajinan Galonggong” yang ada dan telah dibuat beberapa waktu sebelumnya nampaknya sudah tidak berjalan lagi dan tidak ada upaya pengembangan secara optimal. Untuk itu, peneliti akan membuat rencana berupa pengembangan dari salah satu fitur yang tersedia dalam Facebook, yaitu halaman Facebook *marketing* atau facebook *page* yang akan digunakan oleh peneliti untuk menunjang kegiatan pemasaran para pengrajin Galonggong.

Pada tahap perencanaan ini, peneliti mencoba membagi kedalam tiga (3) bagian rancangan untuk dapat dikembangkan pada halaman Facebook yakni :

- Merancang fitur-fitur yang tersedia untuk dimanfaatkan. Fitur- fitur tersebut terdiri dari, seperti postingan, foto, video, pesan, *stories* halaman, grup, *insight* halaman, alat penerbitan, nama pengguna unik, dan fitur ajakan bertindak.
- Merancang ilustrasi yang akan ditampilkan. Bentuk ilustrasi tersebut terdiri dari foto profil, foto sampul, dan foto produk.
- Merancang konten informasi yang akan disajikan. Bentuk konten informasi tersebut terdiri dari rincian informasi halaman, memberikan deskripsi produk, memberikan konten informasi dalam bentuk catatan, memberikan konten dalam bentuk video, memberikan konten dalam bentuk *link* artikel, memberikan konten dalam bentuk *stories* halaman, memberikan konten dalam bentuk katalog produk.

Setelah rencana pengembangan terhadap halaman Facebook yang dibuat sudah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para pengrajin Galonggong Tasikmalaya. Kemudian, peneliti akan mengadakan pengujian terhadap halaman Facebook yang sudah dikembangkan tersebut. Pengujian ini dilakukan dengan cara menampilkan halaman Facebook yang sudah dibuat, mulai dari segi fitur-fitur yang digunakan, ilustrasi yang disajikan, dan dari segi konten informasi apa saja yang dibagikan. Dari pengujian tersebut akan didapatkan evaluasi terhadap hasil rancangan pengembangan yang peneliti sudah buat, apakah sudah sesuai atau tidak. Dan terakhir, pada penerapan dari hasil rancangan halaman Facebook yang sudah dibuat, peneliti berikan langsung kepada pengrajin yang akan ditunjuk sebagai admin, apakah nantinya akan diterapkan ataupun tidak.

### 3. Langkah-langkah Tindakan Pengembangan Media Sosial Facebook

Pada tahap tindakan ini dilakukan pembuatan pengembangan media sosial Facebook untuk kegiatan pemasaran berdasarkan hasil yang didapatkan pada tahapan perencanaan. Pada tahapan pembuatan ini dilakukan dengan cara pengamatan secara terus-menerus untuk mengetahui apa saja yang diperlu ditambah atau apa saja yang perlu dikurangi pada pengembangan yang dibuat. Pada tahap tindakan ini peneliti menyesuaikannya dengan kebutuhan pengguna serta disesuaikan berdasarkan dengan hasil wawancara atau diskusi yang sudah dijalankan bersama dengan para pengrajin kampung Galonggong sehingga pengembangan yang dibuat dapat sesuai dengan apa yang diharapkan.

Terdapat dua jenis data yang yang diperoleh dalam penelitian ini, diantaranya jenis data berdasarkan sumber dan formatnya. Jenis data sumber adalah data yang peneliti peroleh melalui hasil wawancara sementara jenis data berdasarkan formatnya adalah data yang didapatkan dari hasil kegiatan observasi dan kepustakaan. Jenis data sumber dan format yang telah berhasil dikumpulkan kemudian direkam melalui sebuah pencatatan secara tertulis.

Langkah pertama yang dilakukan yaitu dengan membuat konsep dasar dari pengembangan media sosial Facebook yang dibuat agar dapat dimanfaatkan untuk kegiatan pemasaran bagi para pengrajin kampung Galonggong. Diantaranya dilakukan dengan cara melihat kebutuhan- kebutuhan apa yang harus dipenuhi dalam pengembangan Facebook tersebut. Kemudian menentukan fitur-fitur dalam Facebook *marketing* apa saja yang akan digunakan, bagaimana tampilan yang akan dibuat dan isi informasi apa saja yang akan dibagikan dalam menunjang kegiatan pemasaran kampung Galonggong, sehingga rancangan pengembangan tersebut sesuai dengan bagi kebutuhan pemasaran pengrajin kampung Galonggong.

Peneliti dalam membuat rancangannya menggunakan media sosial Facebook dengan memanfaatkan salah satu fitur yang ada dalam Facebook *marketing* yaitu *Facebook page*. *Pages* atau Facebook *page* merupakan sebuah halaman yang bisa diatur kembali, baik dari segi tampilan dan isinya sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pihak yang mengelola Facebook *page*, seperti aplikasi dan fitur didalamnya. Selain itu, alasan penggunaan *Facebook page* yaitu karena terdapat banyak fitur-fitur yang tersedia didalamnya yang

dapat mendukung kegiatan pemasaran pengrajin kampung Galonggong secara mudah. Melalui halaman Facebook *marketing* ini peneliti akan membuat suatu rancangan pengembangan, mulai dari segi konten informasi, tampilan/ilustrasi dan fitur-fitur yang akan dipergunakan sesuai dengan kebutuhan untuk kegiatan pemasaran di kampung Galonggong. Adapun fitur yang akan dipergunakan, diantaranya postingan, *tagging*, foto, video, *messenger*, *stories* untuk halaman, *insight* halaman, alat penerbitan, nama pengguna unik, tombol ajakan bertindak

#### 4. Proses Evaluasi Dari Pengembangan Media Sosial Berbasis Facebook

Pada tahap ini dilakukan kegiatan pengujian terhadap sistem yang sudah dibuat, apakah sesuai dengan kebutuhan maupun tidak. Peneliti bersama partisipan melaksanakan kegiatan evaluasi dari hasil implementasi tadi. Dalam tahap evaluasi ini dilihat bagaimana penerimaan pengguna terhadap rancangan media sosial Facebook menggunakan salah satu fasilitasnya yaitu halaman Facebook yang sudah dikembangkan untuk kegiatan pemasaran dengan berbagai aktivitas-aktivitas didalamnya. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah hasil rancangan yang telah dibuat sesuai dengan kebutuhan dan apakah setiap fitur-fitur yang digunakan pada halaman Facebook sudah sesuai. Pengujian dilakukan dengan memperlihatkan tampilan halaman Facebook yang sudah dikembangkan. Tampilan yang diperlihatkan seperti dari segi ilustrasi yang terdiri dari



**Gambar 4. Tampilan *Link* Artikel yang dibagikan**  
(Sumber: <https://www.facebook.com/kerajinangalongsong.tas1k>)

foto profil, foto sampul dan foto produk, kemudian memperlihatkan konten informasi apa

saja yang disajikan dan terakhir menampilkan beberapa fitur yang dipakai untuk menunjang kegiatan pemasaran, seperti postingan, foto, video, pesan, *stories* halaman, *insight* halaman, alat penerbitan, nama pengguna unik, dan fitur ajakan bertindak. Adapun dari hasil pengujian ini selanjutnya akan digunakan peneliti dalam mengambil keputusan berkaitan dengan pengembangan media sosial facebook.

Dalam melakukan evaluasi pengembangan media social facebook, ada beberapa pihak yang diminta pendapatnya antara lain :

a. Evaluasi dari Pihak Pengrajin Kampung Galonggong, Tasikmalaya.

Berdasarkan pengujian terhadap rancangan pengembangan halaman Facebook yang sudah dilakukan pada para pengrajin Galonggong, hasilnya sudah sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pengrajin Galonggong dan admin dari halaman Facebook. Penilaian secara keseluruhan, baik dari segi fitur yang digunakan, ilustrasi yang ditampilkan dan dari segi konten informasinya sudah bagus dan lengkap. Fitur-fitur yang digunakan, seperti postingan, foto, video, pesan, catatan, *stories* halaman, grup, *insight* halaman, alat penerbitan, nama pengguna unik, dan fitur ajakan bertindak, pengrajin berpendapat sudah sesuai dan menunjang untuk kegiatan pemasaran mereka.

Untuk ilustrasi atau gambar yang ditampilkan pada foto profil serta foto sampul sudah baik, tidak ada saran yang diberikan dari pengrajin. Sementara ilustrasi yang ditampilkan pada foto produk dikatakan sudah jelas. Hanya saja untuk saran pengembangan selanjutnya foto produk lebih diperbanyak, hal ini karena produk yang berasal dari kerajinan kampung Galonggong Tasikmalaya cukup banyak. Sementara jika dilihat secara keseluruhan, tampilan dari ilustrasi yang dibuat pada halaman Facebook dikatakan sudah cukup menyakinkan sebagai halaman pemasaran untuk produk kerajinan Galonggong Tasikmalaya. Selain itu juga untuk konten informasi yang disajikan sudah sangat lengkap serta deskripsi produk yang ditampilkan sudah dapat menjelaskan dengan detail produk yang ditawarkan, sehingga penjual tidak perlu menjelaskannya kembali dengan pembeli.

b. Evaluasi dari Praktisi Facebook *Marketing*.

Berdasarkan evaluasi yang diberikan oleh salah satu praktisi Facebook *marketing*, halaman yang sudah peneliti tunjukan juga mendapatkan respon positif. Secara keseluruhan beliau menilai bahwa halaman yang sudah dirancang oleh peneliti secara

umum sudah bagus, baik dari fitur-fitur yang dimanfaatkan, ilustrasi yang ditampilkan dan konten informasi yang disajikan sudah baik. Hanya saja ada beberapa hal yang menjadi bahan evaluasi dan tambahan yang dapat dijadikan sebagai saran untuk pengembangan selanjutnya. Diantaranya, untuk penamaan halaman lebih baik disingkat kembali dan disesuaikan dengan kata kunci, dimana dengan kata kunci tersebut orang dapat langsung mencari nama halaman tersebut dengan mudah.

Untuk fitur-fitur yang digunakan saat ini memadai dan sudah sesuai dengan kebutuhan kegiatan pemasaran pengrajin golok. Sementara dari segi ilustrasi, seperti foto profil dan halaman sampul dari pemilihan gambar dan deskripsi singkat didalamnya sudah cukup menjelaskan tentang apa halaman yang dibuat oleh peneliti ini. Lebih spesifik, evaluasi terhadap foto sampul dinilai gambarnya terlalu ramai, sebenarnya satu saja namun jelas juga sudah cukup. Selanjutnya, untuk masalah pewarnaan tulisan pada halaman sampul lebih baik diperbaiki kontrasnya atau diganti dengan warna yang lebih jelas dibaca. Sementara, untuk penempatan tulisan kontak pemesanan dihalaman sampul dinilai kurang pas.

Kemudian dari aspek konten informasi yang disajikan, sejauh ini sudah cukup baik. Hanya saja untuk postingan catatan penggunaannya tidak terlalu penting, dikarenakan orang-orang sekarang sudah jarang membuka postingan jenis ini dan *reach* yang dihasilkan dari pemanfaatan fitur ini juga terbilang kecil. Namun, jika ingin tetap menulis konten informasi dalam bentuk catatan ini disarankan untuk diposting biasa pada beranda halaman saja. dan kontennya dapat diperbanyak dengan cara menerbitkan ulang informasi yang berkaitan. Sementara untuk konten informasi dalam bentuk deskripsi produk sudah menjelaskan secara lengkap sesuai dengan gambar produk yang ditampilkan, hanya saja pada bagian pemberian tagar sebaiknya ditambah dengan tagar lainnya yang sedang tren. Penggunaan tagar yang sedang populer ini dimaksudkan agar menarik *reach* atau jumlah orang yang melihat postingan dan halaman Facebook tersebut.

##### 5. Proses Pembelajaran) Dari Pengembangan Media Sosial Berbasis Facebook

Tahapan pembelajaran merupakan proses akhir dari langkah-langkah penelitian tindakan ini. Tahap pembelajaran dilakukan dengan cara *mereview* setiap tahapan yang telah dilakukan sebelumnya, diantaranya tahapan diagnosa, tahapan perencanaan, tahapan tindakan, dan tahapan evaluasi. Dalam tahapan ini seluruh kriteria dalam prinsip

pembelajaran harus dipelajari, perubahan dalam situasi organisasi dievaluasi oleh peneliti dan dikomunikasikan kepada klien, kemudian penelitian dan klien merefleksikan terhadap hasil proyek, yang terlihat akan dilaporkan secara lengkap dan hasilnya nanti secara eksplisit akan dipertimbangkan dalam hal implikasinya terhadap penerapan *Canonical Action Research (CAR)*. Untuk hal tertentu, hasilnya dipertimbangkan dalam implikasinya untuk tindakan berikutnya dalam situasi organisasi lebih-lebih kesulitan yang dapat dikaitkan dengan pengimplementasian perubahan proses.

Berdasarkan *action research* yang dilakukan oleh peneliti di kampung Galonggong, peneliti menyimpulkan untuk menggunakan menggunakan jenis *action research participatory action research*, yaitu partisipasi dalam sebuah komunitas untuk mengubah sebagian dari situasi atau struktur sosialnya. Adapun rancang bangun pengembangan media sosial berbasis Facebook dalam menunjang kegiatan pemasaran para pengrajin alat pertanian di Tasikmalaya ini dibuat berdasarkan pada langkah-langkah dalam metode penelitian tindakan yang peneliti gunakan sebagaimana yang telah diuraikan tersebut di atas.

Kemudian dari hasil *learning* dari hasil rancang bangun pengembangan yang peneliti buat, bahwa saat ini halaman “Kerajinan Kampung Galonggong Tasik” sudah dapat dikembangkan secara jauh dan sudah ada pihak dari pengrajin Galonggong yang ditunjuk oleh peneliti sebagai admin yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan dan pengembangan halaman untuk kegiatan pemasaran selanjutnya. Hasilnya dibandingkan dengan pemanfaatan Facebook menggunakan fitur grup Facebook dengan nama “Kerajinan Galonggong” sudah jauh lebih optimal pemanfaatannya.

## **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa dari hasil diagnosa ada dua permasalahan dalam pemasaran alat-alat pertanian di Kampung Galonggong yakni pemasaran yang dilakukan secara konvensional serta pembuatan grup facebook yang telah ada kurang berjalan secara optimal serta masih beberapa kelemahan lainnya. Oleh karena itu dilakukan perencanaan untuk mempersiapkan tindakan yang akan dilakukan sesuai dengan tema penelitian. Selanjutnya dilanjutkan dengan tahap tindakan berupa pembuatan halaman facebook untuk kegiatan pemasaran pengrajin Galonggong dengan nama “Kerajinan Kampung Galonggong Tasik” dan nama pengguna

yaitu @kerajinangalongsongtasik. Dari hasil evaluasi terhadap rancang bangun pengembangan media sosial berbasis Facebook dalam menunjang kegiatan pemasaran para pengrajin alat-alat pertanian di kampung Galongsong Tasikmalaya berupa halaman Facebook dengan nama “Kerajinan Kampung Galongsong Tasik” bahwa halaman ini sudah dinilai serta diterima dengan sangat baik oleh para pengrajin dan dikatakan sudah layak digunakan untuk kegiatan pemasaran produk-produk dari kerajinan alat-alat pertanian kampung Galongsong Tasikmalaya. Sebagai tahap terakhir peneliti melakukan tahap *learning* atau pembelajaran, melalui tahap ini peneliti mengulas semua tahapan yang sudah dilalui beserta setiap kendala yang ada di dalamnya. Pada tahap *learning* ini tidak ada perbaikan yang diberikan oleh para pengrajin Galongsong, sehingga dalam melakukan rancang bangun ini peneliti hanya melakukannya dalam satu siklus saja.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Kurniali, Sartika. *Step by Step Facebook*. Jakarta: PT Elec Kumputindo, 2009.
- Lasmadiarta, M. *Extreme Facebook Marketing for Giant Profits*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2011
- Muttaqin. Facebook Marketing dalam Komunikasi Pemasaran Modern. *Jurnal Teknologi*. Vol. 1 No. 2, 2011.
- Pressman, R. S. *Rekayasa Perangkat Lunak Pendekatan Praktisi*. Yogyakarta: Andi, 2002
- Pressman, Roger S. *Software Engineering*. New York: McGraw Hill, 2005.
- Sosiawan, E. A. Penggunaan Situs Jejaring Sosial Sebagai Media Interaksi dan Komunikasi di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 9 No. 1 : 60-75, 2011.
- Zuriah, Nurul. *Metode Penelitian tindakan*, Bandung : Alfabet, 2003.

Sumber-sumber lain :

- Jamaludin, Fauzan. Media Sosial Merajai Pengguna Internet di Dunia. Merdeka.com, 2018 : <https://www.merdeka.com/teknologi/media-sosial-merajai-pengguna-internet-di-dunia.html>. (Diakses pada 09 Agustus 2018, pukul 11.45 WIB).
- Grup Facebook “Kerajinan Galongsong”. [Internet]. [Diakses pada 01 Februari 2019]. Tersedia pada : <https://www.facebook.com/KerajinanGalongsongTasik/>.

