

EFEKTIFITAS MEDIA SOSIAL *FACEBOOK* SEBAGAI SARANA PUBLIKASI PMI KABUPATEN BANJAR

Naimah¹⁾

Program Studi Ilmu Komunikasi,
Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin

ABSTRAK

Latar belakang dari penelitian ini yaitu karena setiap organisasi memerlukan media yang mampu mempublikasikan berbagai kegiatan kepada masyarakat seperti *Facebook*. Maka dari itu peneliti mengambil judul penelitian Efektivitas Media Sosial *Facebook* sebagai Sarana Publikasi PMI Kabupaten Banjar. Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu apa saja konten yang dipublikasikan oleh PMI Kabupaten Banjar, bagaimana efektivitas media sosial *Facebook* sebagai sarana publikasi PMI Kabupaten Banjar, apa hal yang paling menarik perhatian para pengguna *Facebook* yang mengikuti *Fanpage* PMI Kabupaten Banjar. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui konten apa saja yang dipublikasikan oleh PMI Kabupaten Banjar, mengetahui bagaimana efektivitas media sosial *Facebook* sebagai sarana publikasi PMI Kabupaten Banjar, apa saja yang paling menarik perhatian pengguna *Facebook* yang mengikuti *Fanpage* PMI Kabupaten Banjar. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan dokumentasi. Analisis data menggunakan proses reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan serta verifikasi. Objek penelitian yaitu anggota Palang Merah Remaja dari MA Hidayatullah dan MA Pangeran Antasari. Dan adapun hasil dari penelitian menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan oleh PMI Kabupaten Banjar berupa informasi dan berita kejadian berupa gambar, video maupun artikel, *Facebook* memang efektif karena interaksi dapat terjadi tanpa harus bertatap muka serta konten yang dipublikasikan PMI Kabupaten Banjar menghasilkan simulasi sosial dan dapat merubah perilaku pengikutnya.

Kata Kunci : Komunikasi Bermedia, *Facebook*, Publikasi.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi seperti sekarang ini, kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi semakin mempengaruhi kehidupan manusia. Hal ini dikarenakan manusia merupakan makhluk sosial yang memiliki naluri untuk selalu berkomunikasi dan saling berhubungan dengan manusia lainnya. Sejak Alexander Graham Bell menemukan telepon pada tahun 1876, perkembangan teknologi komunikasi semakin pesat, dimana manusia mampu berinteraksi tanpa harus bertatap muka. Manusia bisa melakukan komunikasi melalui telepon maupun handphone. Sejak berkembangnya internet, pilihan media sebagai sarana komunikasi pun semakin mempunyai banyak pilihan.

Internet adalah jaringan kabel dan telepon serta satelit yang menghubungkan komputer. Internet berbeda dengan media komunikasi lainnya, dimana internet ini sangat interaktif dan mempunyai kapasitas untuk memampukan orang untuk berkomunikasi, bukan sekedar menerima pesan tapi mereka bisa melakukannya secara *real time*. Tak dapat dipungkiri bahwa komunikasi merupakan kebutuhan setiap makhluk, untuk itu media sosial mencoba untuk memenuhinya.

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari berbagai perkembangan teknologi *web* baru berbasis internet yang tentunya dapat memudahkan semua orang agar dapat berkomunikasi, saling berbagi serta membentuk sebuah jaringan secara *online* sehingga dapat menyebarkan berbagai konten maupun

informasi miliknya sendiri. Salah satu bentuk baru dalam berkomunikasi yang ditawarkan oleh dunia internet adalah media sosial. Saat ini, media sosial seperti sebuah *trend* terlebih khusus dikalangan anak muda. Beberapa contoh media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat, khususnya di Indonesia yaitu *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* dan sejenisnya.

Media sosial sendiri adalah sebuah media online yang dimana para penggunanya bisa saling bertukar informasi, berbagi informasi bahkan membuat informasi yang ia perlukan. Situs jejaring sosial sangat mendominasi pada tingkat akses internet. Hal ini disebabkan karena adanya dukungan dari operator dengan banyaknya perangkat komunikasi yang cerdas dan relatif murah.

Sulianta (dalam Mutia Rosdiana Helys dan S.W.E Handayani, 2016: 20) mengemukakan pendapatnya mengenai media sosial sebagai kelompok dari aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan *website* yang interaktif. Media sosial dapat digunakan sebagai sebuah alat untuk menemukan informasi, berbagi informasi, maupun berkomunikasi dengan para pengguna media sosial lainnya. Di Indonesia sendiri penggunaan media sosial diakui sangat berkembang pesat.

Social networking site yang paling umum digunakan yaitu *Facebook*, *Twitter*, *MySpace* dan *LinkedIn*. Disebut situs jaringan sosial, karena situs ini memang difungsikan untuk berkomunikasi secara sosial. Aplikasi ini menawarkan penggunanya untuk membuat profil yang umumnya terdiri dari nama, usia, lokasi, jenis kelamin, bahkan dapat mengunggah foto sebagai foto profil. Dari banyaknya aplikasi media sosial diatas, yang paling banyak digunakan oleh orang-orang diseluruh dunia tanpa terkecuali Indonesia yaitu *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. Saat ini

Facebook digunakan oleh pengguna internet diseluruh dunia yakni sekitar lebih dari 2,17 miliar. Naik hampir 15 persen dibanding tahun 2017. Dari data yang dikutip Kompas Tekno di We Are Social, Jum'at (2/3/2018), Indonesia menyumbang jumlah pengguna *Facebook* terbesar urutan ke-empat secara global. Hingga Januari 2018, jumlah pengguna *Facebook* dari Indonesia mencapai 130 juta akun dengan persentase enam persen dari keseluruhan pengguna. Angka ini sekaligus mencatat nama Indonesia sebagai negara di Asia Tenggara dengan jumlah pengguna *Facebook* paling banyak.

Fenomena penggunaan media sosial *Facebook* akhir-akhir ini memang sangat mencengangkan. Setiap orang seperti berbondong-bondong menuju *trend* digital ini. Hal ini terjadi karena mereka menemukan dunia baru untuk mengekspresikan diri, berbagi informasi maupun membentuk sebuah opini. Saat ini hampir tidak mungkin tidak terhubung dengan media sosial di kehidupan sehari-hari. Dari data diatas, bisa dilihat betapa besarnya potensi yang bisa dimanfaatkan dari penggunaan *Facebook* yang bisa dimanfaatkan untuk membangun citra seseorang, organisasi maupun perusahaan.

Sebuah perusahaan atau organisasi memerlukan alat yang mampu mempermudah hubungannya dengan orang lain agar terjalin kerjasama, membangun citra maupun menyampaika.. Penggunaan *Facebook* bagi organisasi atau perusahaan tentu saja mempermudah menyampaikan visi dan misi organisasi atau perusahaan dengan mudah dan tentunya murah. Sebelum ada media sosial, cara yang bisa dipakai untuk mengiklankan organisasi adalah melalui iklan di radio, brosur atau bahkan iklan di televisi yang pasri memerlukan biaya yang mahal. Kini, dengan hadirnya media sosial semua menjadi lebih mudah. Berbagai kegiatan organisasi atau perusahaan dapat ditampilkan melalui foto, teks ataupun video singkat yang nantinya akan dilihat oleh publik yang tidak sengaja mampir ke akun organisasi atau perusahaan. Hal seperti ini dapat membangun dukungan dari publik melalui konten

yang *shareable* di media sosial dan akan lebih banyak orang yang melihat apa yang dikerjakan sebuah organisasi atau perusahaan dan menjadi termotivasi untuk mendukungnya. Media sosial *Facebook* adalah platform yang tepat untuk menyebarluaskan program atau kegiatan yang sedang berjalan.

Salah satu organisasi yang menggunakan media sosial berupa *Facebook* untuk menyampaikan berbagai program dan kegiatannya kepada masyarakat atau publik yaitu Palang Merah Indonesia Kabupaten Banjar. Palang Merah Indonesia merupakan sebuah organisasi perhimpunan nasional yang bergerak dibidang sosial kemanusiaan. Palang Merah Indonesia mempunyai berbagai kegiatan kemanusiaan seperti promosi kesehatan, penanggulangan bencana, kesehatan dan perawatan di masyarakat dan pelayanan ambulans. Agar semua kegiatan tersebut dapat diketahui oleh masyarakat khususnya diwilayah Kabupaten Banjar, maka penggunaan media sosial *Facebook* dirasa sangat memberikan banyak manfaat dan kemudahan untuk organisasi ini.

Berdasarkan latar belakang dan uraian singkat tentang awal dari adanya internet dan media sosial dan berbagai kemudahan yang diberikannya, maka penulis memilih judul penelitian **“Efektifitas Media Sosial *Facebook* Sebagai Sarana Publikasi Palang Merah Indonesia Kabupaten Banjar”** sebagai bahan penelitian skripsi yang menjadi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Komunikasi Bermedia

Komunikasi bermedia (*mediated communication*) merupakan komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan sebuah pesan kepada penerima pesan (komunikan) yang jauh tempatnya dan banyak jumlahnya. Komunikasi bermedia adalah salah satu bentuk dari *Computer Mediated Communication*.

McQuail (dalam Diah Pratiwi, 2014: 8) menjelaskan bahwa *Computer Mediated*

Communication (CMC) merupakan komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih melalui komputer sebagai mediumnya. Sedangkan, Littlejohn dan Foss (dalam Natalia Widiyari, 2016: 69) menyatakan bahwa CMC didefinisikan sebagai komunikasi yang dimediasi oleh teknologi digital. Segala bentuk komunikasi yang digitalisasi atau diubah menjadi bentuk yang dapat dikelola oleh sistem komputer, maka itu adalah CMC. Untuk membedakan CMC dengan kegiatan terkait komputer lainnya yaitu hal yang dimediasi haruslah komunikasi, baik itu komunikasi *one-to-one* atau *many-to-many*. Pencarian informasi atau hiburan di internet dikecualikan dari kategori ini. Berdasarkan waktu interaksi, CMC dapat dibedakan menjadi *synchronous* dan *asynchronous*. CMC yang *synchronous* terjadi ketika para komunikan –baik *sender* maupun *receiver*—membaca dan menanggapi pesan bersamaan dengan penciptaan pesan. *Synchronous* mensyaratkan perhatian yang simultan dari masing-masing partisipan. Sedangkan, *asynchronous* adalah sebaliknya, sehingga CMC yang *asynchronous* terjadi ketika terdapat jarak antara penciptaan konten dengan konsumsi konten.

Ada tiga persepektif yang mengkaji *Computer Mediated Communication* seperti yang diungkapkan oleh Joseph Walther (dalam Dian Andriani; 2017: 23) yaitu sebagai berikut:

1. Impersonal

Komunikasi impersonal dilakukan secara masif kepada khalayak dengan menggunakan media massa sebagai alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan secara menyebar. Persepektif ini memandang bahwa komunikasi *online* kurang mendukung aspek personal karena saluran internet tidak mengakomodasi sinyal non-verbal yang dibutuhkan dalam menjalin interaksi interpersonal. Dalam komunikasi secara tatap muka (*face-to-face*) cenderung lebih banyak menggunakan bahasa non-verbal untuk berkomunikasi seperti nada suara, raut wajah, intonasi, jarak, dsb. Namun dalam

komunikasi online, sulit untuk menunjukkan tanda-tanda non-verbal tersebut. Perspektif ini kemudian menimbulkan beberapa kritik, yaitu munculnya petunjuk non-verbal seperti emoticon dan avatar.

2. Interpersonal

Perspektif ini merupakan jawaban dari perspektif impersonal. Secara sederhana perspektif komunikasi interpersonal mengungkapkan bahwa tidak adanya petunjuk non-verbal dapat dijumpai dengan penyesuaian sikap. Baik disadari atau tidak, dalam berkomunikasi masyarakat selalu menyesuaikan dengan faktor disekelilingnya. Model ini mengasumsikan komunikator pada *computer mediated communication* didorong untuk mengembangkan hubungan sosial. Dalam prosesnya, komunikator berkomunikasi dengan orang asing dengan membentuk kesan sederhana melalui komunikasi secara tekstual. Berdasarkan kesan ini, mereka menguji asumsi satu sama lain dari waktu ke waktu hingga terkumpul dalam pengetahuan interpersonal dan menstimuli perubahan dalam komunikasi relasional antar pengguna *computer mediated communication*. Perbedaan utama pada *computer mediated communication* dan *face-to-face communication* adalah pada laju pertukaran informasi sosial, bukan dengan jumlah pertukaran informasi sosial.

3. Hyperpersonal

Komunikasi hyperpersonal dilakukan dengan menggunakan media internet yang menurut masyarakat sosial lebih menarik apabila dibandingkan dengan komunikasi bertatap muka atau *face-to-face*. Berbeda dari dua perspektif sebelumnya yang mempermasalahkan bahasa non-verbal, perspektif ini justru menganggap bahwa tidak adanya non-verbal justru membantu dalam berinteraksi. Komunikasi diri mereka sendiri dalam saluran komunikasi melalui media daripada komunikasi langsung.

2. Facebook

Facebook merupakan sebuah layanan jejaring sosial (*sosial networking*) yang diluncurkan pada bulan Februari 2004. Facebook berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat. Aplikasi ini didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama beberapa teman kuliahnya di Universitas Harvard, yaitu Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz dan Chris Hughes pada 4 Februari 2004.

Nurudin (dalam Maharani Mutia Sari, 2017: 52) mendefinisikan Facebook sebagai sebuah alat sosial untuk membantu berkomunikasi lebih efisien dengan teman lama, keluarga maupun orang-orang yang baru dikenal. Memberikan navigasi yang mudah bagi para penggunanya merupakan keistimewaan Facebook.

Setiap waktu banyak sekali informasi yang disebarluaskan melalui Facebook. Hal ini karena Facebook dapat diakses setiap saat, sesuai keinginan pemilik akun. Facebook dapat digunakan sebagai sarana mengembangkan sebuah jaringan yang tidak terbatas, dapat memberikan ide, pendapat maupun gagasan serta sebagai sarana aktualisasi diri.

Berdasarkan laporan digital tahunan yang dikeluarkan oleh We Are Social dan Hootsuite, pertumbuhan sosial media tahun ini mencapai 13 persen dengan jumlah pengguna total mencapai 3 miliar. Dari angka tersebut, penggunaan Facebook masih mendominasi. Salah satu keunggulan Facebook sehingga banyak penggunanya dari kalangan remaja dewasa yaitu mudah di akses, Baik melalui komputer, *laptop*, *tablet*, maupun telepon genggam atau *hand phone* (Hp).

3. Efektifitas

Kata efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang artinya berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Effendy (dalam Maharani Mutiara Sari, 2017: 53) mendefinisikan bahwa efektifitas dalam berkomunikasi sebagai komunikasi yang dilancarkan sedemikian rupa sehingga mampu menimbulkan efek kognitif, afektif, dan konatif kepada penerima pesan sesuai

dengan tujuan yang ingin dicapai pengirim pesan.

Efektivitas mengacu pada dua kepentingan, baik secara teoritis maupun secara praktis. Artinya adanya ketelitian yang bersifat komprehensif dan mendalam dari efisiensi serta kebaikan-kebaikan untuk memperoleh masukan tentang produktifitas. Efektivitas merupakan sebuah keadaan yang berpengaruh terhadap hal yang berkesan, kemandirian, keberhasilan usaha, tindakan ataupun hal yang berlakunya.

Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan oleh setiap organisasi, kegiatan ataupun program. Sesuatu dapat dikatakan efektif apabila tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah ditentukan.

METODE PENELITIAN

1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian dengan pendekatan penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan cara memperoleh data yang berbentuk angka untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan dengan pendekatan survey.

2. Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif. Metode penelitian deskriptif dengan pendekatan secara kuantitatif digunakan apabila bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan peristiwa atau suatu kejadian yang terjadi pada saat sekarang dalam bentuk angka-angka yang bermakna.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah anggota Palang Merah Remaja tingkat Wira (SMA/ sederajat) di wilayah Kecamatan Martapura Kota, Kabupaten Banjar yaitu di MA Hidayatullah Martapura yang berlokasi di Jalan Pangeran Hidayatullah Nomor 1 A Keraton dan MA Pangeran Antasari yang berlokasi di Jalan Ahmad Yani KM 39 Nomor 9 Kelurahan Jawa, Martapura.

4. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota Palang Merah Remaja tingkat Wira (SMA/ sederajat) di wilayah Martapura Kota. Populasi anggota Palang Merah Remaja tingkat Wira (SMA/ sederajat) di wilayah Martapura Kota sebanyak 150 orang. Berdasarkan jumlah populasi anggota Palang Merah Remaja tingkat Wira (SMA/ sederajat) yang berjumlah 150 orang, maka peneliti mengambil sampel dalam penelitian ini sebanyak 40 orang anggota masing-masing 20 responden dari anggota PMR MA Hidayatullah Martapura dan PMR MA Pangeran Antasari Martapura.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan di PMR MA Hidayatullah Martapura dan PMR MA Pangeran Antasari Martapura penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara kuesioner (angket).

6. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan definisi yang hendak diteliti oleh peneliti, definisi ini diukur mengikuti perspektif peneliti. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel independen dan variabel dependen.

1. Media Sosial

Media sosial yang di maksudkan dalam penelitian ini adalah sebuah media yang digunakan untuk menyampaikan atau mempublikasikan berbagai informasi kepada masyarakat atau para pengguna media sosial terutama *Facebook* yang memiliki manfaat dan terkait dengan kepentingan masyarakat umum.

2. Efektifitas

Efektifitas yang dimaksudkan dalam penelitian ini yaitu bagaimana efektifitas dari berbagai kegiatan yang dipublikasi Palang Merah Indonesia Kabupaten Banjar melalui media sosial *Facebook* yang dirasakan oleh para pengguna *Facebook* yang mengikuti fanpage Palang Merah Indonesia Kabupaten Banjar.

7. Analisi Data

Untuk menjawab rumusan masalah yang ada, penulis menganalisis data sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah selesai dilapangan. Analisis data lebih difokuskan selama proses dilapangan dan bersamaan dengan pengumpulan data. Analisis data dilapangan dilakukan secara interaktif dan terus menerus hingga tuntas. Aktivitas dalam analisis data berupa :

1. Pengumpulan data.

Data yang diperoleh dari hasil pembagian kuesioner atau angket dikumpulkan dan di dokumentasikan. Apabila hasil pembagian kuesioner telah didapatkan dan cukup untuk memenuhi standar penelitian, maka akan dilanjutkan untuk tahapan penelitian.

2. Reduksi data

Mereduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal pokok, memfokuskan dalam hal penting serta mencari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan sebuah gambaran yang lebih jelas dan mudah.

3. Penyajian data

Menyajikan data dapat berupa dalam bentuk teks deskriptif, grafik, matrik, bagan, tabel, dan sejenisnya yang mengarah pada rumusan masalah.

4. Penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Inilah tahap akhir dari analisis data. Kesimpulan dalam penelitian kuantitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah namun mungkin juga tidak. Karena rumusan masalah dalam kuantitatif bersifat sementara dan berkembang setelah penelitian dilapangan. Hasil temuan berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih gelap sehingga setelah diteliti, dapat berupa hubungan kausal, interaktif, hipotesis, atau teori.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Konten yang dipublikasikan oleh Palang Merah Indonesia Kabupaten Banjar melalui media sosial *Facebook* yaitu berupa informasi dan berita kejadian dalam bentuk teks, gambar, maupun

video. Hal ini didukung oleh berbagai fitur yang disediakan media sosial *Facebook* yang memang beragam dan mudah untuk dioperasikan. *Facebook* membantu penggunanya mendapatkan informasi dengan cepat, dimana saja dan kapan saja sehingga informasi yang dipublikasikan dapat dengan mudah diterima dan diketahui

2. Media sosial *Facebook* sebagai sarana publikasi kegiatan Palang Merah Indonesia Kabupaten Banjar dinilai efektif karena mengikuti perkembangan zaman dan *Facebook* merupakan aplikasi paling banyak penggunanya diseluruh dunia, maka sangat wajar apabila *Facebook* dirasa efektif sebagai alat publikasi untuk berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Palang Merah Indonesia Kabupaten Banjar. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah komentar, *like*, maupun *share* yang diberikan oleh para pengguna *Facebook* yang mengikuti akun *Facebook* PMI Kab. Banjar. *Facebook* juga dikatakan efektif karena dapat dengan mudah diakses oleh siapapun dan dimanapun dengan didukung oleh teknologi yang semakin maju.

3. Hal yang paling menarik perhatian para pengguna *Facebook* khususnya yang mengikuti Fanpage *Facebook* Palang Merah Indonesia Kabupaten Banjar yaitu adanya simulasi sosial serta dapat mengubah perilaku pengikutnya melalui konten-konten yang dipublikasikan di *Facebook* tersebut. Pengguna *Facebook* mendapat simulasi sosial ketika konten yang dipublikasikan berupa foto maupun video, sehingga seseorang yang melihatnya akan merasa seperti ikut serta pada konten yang dipublikasikan. Adapun dapat merubah perilaku sosial pengikutnya yaitu adanya proses timbal balik atau respon terhadap sebuah konten yang dipublikasikan di *Facebook* Palang Merah Indonesia Kabupaten Banjar, seperti berita mengenai musibah maupun bencana gempa dan tsunami yang akhir-akhir ini rawan terjadi. Secara tidak langsung, banyak pengikut yang melihat

informasi tersebut lalu melakukan sebuah aksi seperti pengumpulan pakaian layak pakai maupun penggalangan dana untuk mencoba membantu meringankan penderitaan sesama.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang di dapatkan dari penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Konten yang dipublikasikan oleh Palang Merah Indonesia Kabupaten Banjar yang dipublikasikan melalui media sosial *Facebook* yaitu berupa informasi dan berita kejadian yang berupa teks, foto, video maupun artikel yang berhubungan dan berkaitan dengan tujuan organisasi.
2. Efektifitas media sosial *Facebook* sebagai sarana publikasi kegiatan Palang Merah Indonesia Kabupaten Banjar dinilai efektif karena menggunakan media sosial *Facebook* yang merupakan aplikasi paling banyak pengguna, sehingga banyak interaksi yang terjadi. *Facebook* juga dikatakan efektif karena sangat mudah digunakan oleh siapapun dan kapanpun tanpa harus bertatap muka untuk mengetahui suatu informasi, sehingga menghemat waktu dan biaya.
3. Hal yang paling menarik perhatian para pengguna *Facebook* khususnya yang mengikuti Fanpage Palang Merah Indonesia Kabupaten Banjar yaitu adanya simulasi sosial serta dapat mengubah perilaku pengikutnya melalui konten-konten yang dipublikasikan di *Facebook* tersebut. Pengguna *Facebook* mendapat simulasi sosial ketika konten yang dipublikasikan berupa foto maupun video, sehingga seseorang yang melihatnya akan merasa seperti berada di lokasi atau tempat dimana foto dan video tersebut diambil. Adapun dapat merubah perilaku sosial pengikutnya yaitu adanya proses timbal balik atau respon terhadap sebuah konten yang dipublikasikan di *Facebook* Palang Merah Indonesia Kabupaten Banjar seperti berita mengenai musibah maupun bencana gempa dan tsunami yang akhir-akhir ini rawan terjadi. Banyak pengikut yang melihat informasi tersebut lalu

melakukan sebuah aksi seperti penggalangan dana untuk mencoba membantu meringankan penderitaan sesama.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis memiliki beberapa saran diantaranya sebagai berikut:

1. Konten yang dipublikasikan agar lebih diperbanyak versinya selain informasi dan berita kejadian baik foto dan video. Dan agar konten yang dipublikasikan bisa berkembang seperti artikel tentang kesehatan, tentang kebencanaan maupun donor darah. Sehingga dapat menarik perhatian pengguna *Facebook* dan agar tidak bosan.
2. Adanya penambahan media publikasi oleh PMI Kab. Banjar selain *Facebook*, misalnya melalui *instagram*, *twitter* ataupun *youtube* agar PMI Kab. Banjar selalu mampu mengikuti perkembangan zaman. Sehingga para pengguna media sosial dapat mendapatkan informasi apapun yang dipublikasikan oleh PMI Kab. Banjar melalui berbagai macam media sosial yang mereka gunakan.
3. Mempertahankan hal-hal yang menarik perhatian pengguna *Facebook*, misalnya selalu melampirkan foto dalam setiap publikasi dan menambah konten lain selain informasi atau berita kejadian, misalnya informasi mengenai kesehatan, donor darah, maupun mengenai penanganan bencana khususnya yang sering terjadi di wilayah Kab. Banjar.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Effendy, Onong Uchjana, 2004. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenadamedia Group..
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Persepektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media
- Rakhmat, Jalaluddin. 2003. *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suparmo, Ludwig. 2011. *Aspek Ilmu Komunikasi dalam Marketing Public Relations*, Jakarta: PT Indeks.
- Suprpto, Tommy. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Jurnal

- Maharani, Mutia Sari. 2017. *Efektifitas Facebook dalam Menyebarkan Informasi Pada Komunitas Solo Last Friday Ride*. Surakarta: Fakultas Ilmu Bisnis dan Komunikasi, Univ. Sahid Surakarta.
- Mutia Rosdiana, H, S.W.E Handayani. 2016. *Efektifitas Komunikasi Dalam Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Surakarta*. Vol. 14 No. 3 Juli, Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta.
- Puspita Sari, M. 2017. *Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa FISIP Universitas Riau*. JOM FISIP Vol. 4 No. 2, FISIP, Universitas Riau.
- Sauyai, Nyaki Everlena, Londa, Nolly, Kalesaran, Edmon Royan. 2017. *Manfaat Jejaring Sosial Facebook Bagi Mahasiswa Asal Papua Yang Kuliah di Fispol Universitas Sam Ratulangi Manado*. Vol VI. No. 2 Hal. 3.

- Widiasari, Natalia. 2016. *Facebook Sebagai Komunikasi Yang Dimediasi Komputer*. Vol. 2 No. 5 hal 63-82, Prodi Ilmu Komunikasi, Unika Atma Jaya.
- Abror, Fauzan Natinika. 2015. *Kelebihan Facebook Sebagai Media Komunikasi Jual Beli Online (Studi Kasus Kualitatif Pemilihan Media Sosial Sebagai Media Jual Beli Online di Kalangan Remaja Usia 12-21 Tahun Pada Group Facebook Forum Jual Beli handphone Cirebon)*. Yogyakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Adi Wijaya, Mahendra. 2014. *Facebook Sebagai Sarana Pertukaran Informasi Fotografi (Studi Deskriptif Kualitatif pada akun Facebook Komunitas Fotografer Jalanan Indonesia)*. Yogyakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Andriana, D. 2017. *Kampanye Sosial di Media Sosial (Studi Kasus Computer Mediated Communication Pada Platform Crowdfunding Kitabisa.com)*. Jakarta, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Pratiwi, D. 2014. *Penggunaan Media Sosial dalam Membangun Kohesivitas Internal (Studi Mengenai Penerapan Computer Mediated Communication (CMC) Pada Penggunaan Twitter Dalam Komunitas Nebengers)*. Depok, FISIP, Universitas Indonesia
- Rosely Sitinjak, K. 2012. *Strategi Membangun Citra Positif Perusahaan Melalui Publikasi Humas (Studi Pada Teater Imax Keong Emas Taman Mini Indonesia Indah)*. Depok, FISIP: Universitas Indonesia.
- Sari Rasyidah. 2017. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Jenis-Jenis Media*

*Sosial Terhadap Intensitas Belajar
PAI Siswa Kelas VIII Di SMP N 3
Karangdowo Klaten tahun pejaran
2016/2017 . Surakarta, Fakultas
Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, IAIN
Surakarta.*

Internet

<https://tekno.kompas.com/read/2018/03/02/08181617/indonesia-pengguna-facebook-terbanyak-ke-4-di-dunia>