

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI AKUN FACEBOOK @ERJEMEDIA DALAM MENYEBARKAN INFORMASI DAKWAH

Abdi Ihsan

Email: abdi.ihsan1012@gmail.com

Pembimbing : **Rumyeni, S.Sos, M.Sc**

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau
Kampus Bina Widya Jl. H. R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-
Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Facebook is one type of social media that is not only effective if used as one of the communication tool, but also effective if used as a media of online information providers either general information or special information. One of the users who use Facebook as a special media of online information is @erjemedia. An @erjemedia account is a facebook account that provides specific information about dakwah. The theory used in this research is the theory of the effectiveness of communication. The purpose of this study is to find out how much the effectiveness level of communication of facebook account @erjemedia in spreading the information of dakwah.

This study uses quantitative research methods, with data collection techniques that is through the spread of questionnaires using google docs by online to followers @erjemedia account with the number of samples is 99 which is determined through random sampling technique. Data analysis techniques in this study using descriptive statistical techniques.

The results of this study indicate that the level of the Effectiveness of Communication of Facebook Account @erjemedia As a media that spread the information of dakwah classified as very effective. This is seen from the results of data processing based on six indicators, each indicator reaches 3.70 scale on the receiver indicator, scale of 3.74 on the content indicator, 3.71 scale on the channel of media indicator, 3.66 scale on the format indicator, 3.77 scale on the source code indicator, and 3.62 scale on the timing indicator. So the conclusion obtained by using the average formula of all indicators is 3.7 which is included in a very effective scale range. This shows that facebook account @erjemedia is a very effective media as a media to spread the information of dakwah.

Pendahuluan

Menurut Colin Cherry komunikasi adalah penggunaan lambang untuk mencapai kesamaan makna atau berbagi informasi tentang satu objek atau kejadian. Sedangkan menurut Bernard dan Garry A. Steiner komunikasi adalah proses transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan simbol, kata, gambar, grafis, angka dan sebagainya (Nurudin, 2016: 38). Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian informasi mengenai suatu objek dengan menggunakan gambar dan kata untuk memperoleh kesamaan makna. Perkembangan zaman yang semakin modern dan didorong juga dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih tentu menimbulkan dampak terhadap komunikasi itu sendiri.

Komunikasi merupakan suatu proses yang penting dalam menjalani kehidupan. Setiap kegiatan yang dilakukan pasti melibatkan komunikasi di dalamnya, baik itu komunikasi *interpersonal* maupun *intrapersonal*, komunikasi kelompok, maupun komunikasi massa. Melihat pentingnya komunikasi dalam setiap kegiatannya maka keefektifan komunikasi pun diharapkan pada setiap proses komunikasi itu sendiri. Jika komunikasi tersebut berjalan efektif, maka tidak akan ada salah komunikasi, sehingga tidak terjadi konflik.

Efektivitas merupakan suatu keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan atau kegagalan kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan. Sedangkan komunikasi adalah sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan akibat tertentu.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Efektivitas Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan yang mampu

mencapai tujuan dari isi pesan tersebut dan memberikan umpan balik (*feed back*) atau reaksi sehingga pesan pun berhasil tersampaikan dan menimbulkan sebuah komunikasi yang efektif.

Menurut Hardjana (2000:23) keefektifan komunikasi diukur oleh beberapa hal, diantaranya penerima/pemakai (*receiver*), isi pesan (*content*), ketepatan waktu (*timing*), media komunikasi (*media*), format (*format*), dan sumber pesan (*source*).

Perkembangan teknologi komunikasi belakangan ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat dan kemunculan *new media* merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi komunikasi yang baru dan digital. Dalam praktek komunikasi, baik yang digunakan oleh individu, kelompok, organisasi maupun Negara; telah banyak memanfaatkan *new media* sebagai salah satu alat untuk mendukung proses komunikasi. Sama halnya dengan media cetak dan media elektronik, *new media* pun memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi kepada target komunikasi (*audiens*) (Rinawati, 2012:17)

Salah satu alasan besar mengapa media massa *online* lebih unggul di zaman sekarang ini adalah dikarenakan kecepatannya dalam memperbaharui informasi, dan didukung oleh alasan unggul lain dibelakangnya. Contohnya seperti, jangkauannya lebih luas, biaya murah dan juga siapapun juga bisa menjadi penyampai informasi kepada semua orang dimanapun dan kapanpun. Tidak hanya itu, bagi pencari informasi tentu media massa *online* adalah yang menjadi jalan keluar dari segala masalahnya, dimana informasi bisa didapatkan dimana saja, dan kapan saja dan yang paling utama di dapat secara gratis. Hanya dengan membayar

penggunaan internet, dan segala macam informasi sudah disajikan langsung di hadapan kita.

Salah satu kegunaan dari berbagai kegunaan media sosial yang akan peneliti bahas disini yaitu media sosial sebagai media informasi. Jika dulu media informasi hanya sebatas pada cetak dan elektronik, sekarang media informasi sudah merambah dunia *internet*. Melihat kemudahan tersebarnya informasi di dalam media sosial membuat masyarakat mulai beralih dari media konvensional ke media sosial, yang tidak hanya sebagai wadah menyampaikan informasi tapi juga sebagai media hiburan, yang praktis dan mudah untuk diaplikasikan

Media sosial yang banyak digunakan adalah *facebook*. *Facebook* adalah sebuah situs *web* jejaring sosial populer yang diluncurkan pada 4 Februari 2004, FB didirikan oleh Mark Zuckerberg, seorang mahasiswa Harvard kelahiran 14 Mei 1984 dan mantan *Ardsley High School* jumlah pengguna *facebook* di dunia ketiga tahun ini pengguna aktif bertambah 60 juta per bulan, yang membuat pemakai secara *global* menembus angka 1.55 miliar. *Facebook* mengatakan penambahan jumlah pengguna antara lain terjadi di negara-negara berkembang tidak terkecuali Indonesia, tidak dapat dipungkiri, kebutuhan akan informasi dan kebutuhan untuk saling berinteraksi antar sesama teman, relasi, rekan kerja maupun saudara, telah memaksa siapapun untuk membuat akun pada raksasa jejaring sosial tersebut dan menemukan sejuta hal baru didalamnya bahkan menyebarkan informasi baik itu informasi umum maupun informasi khusus seperti informasi dakwah.

Dakwah yaitu mengajak manusia untuk beriman kepada Allah Azza wa Jalla, mengimani apa yang dibawa para rasul-Nya, membenarkan apa yang

mereka kabarkan kepada manusia, mengucapkan dua kalimat syahadat, mendirikan shalat, mengeluarkan zakat, puasa pada bulan Ramadhan, haji ke Baitullah, mengajak beriman kepada malaikat-malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, rasul-rasul-Nya, beriman kepada hari Akhir (dibangkitkannya manusia sesudah kematian), iman kepada Qadar yang baik dan buruk, dan mengajak manusia untuk beribadah hanya kepada Allah saja seolah-olah ia melihat-Nya. (Syaiikhul Islam Ibnu Taimiyyah, *Majmuu' Fataawaa* : XV/157-158) Sebagaimana diketahui bahwa tujuan dakwah adalah untuk merubah perilaku seseorang.

Dakwah merupakan salah satu proses komunikasi, karena didalamnya terdapat unsur komunikasi. Berdakwah bisa dilakukan dimanapun, kapanpun dan oleh siapapun yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil orang-orang beriman taat kepada Allah sesuai dengan garis akidah, syari'at dan akhlak Islam. Dan itu bisa dimulai dari diri sendiri, dari hal kecil sehari-hari yang kita lakukan sampai ke hal-hal terdekat kita seperti keluarga atau teman. Untuk mencapai dakwah yang efektif, maka diperlukan media sebagai perantaranya. Fungsi media itu sendiri adalah memberikan informasi, pendidikan, hiburan dan kontrol sosial. Seiring meningkatnya perkembangan media penyebaran informasi pesan dakwah disebarkan menggunakan media sosial *facebook*.

Salah satu yang menggunakan *facebook* sebagai media dakwah adalah @erjemedia Tingginya minat masyarakat untuk kembali mempelajari agama Islam menjadikan RJIC (Raudhatul Jannah Islamic Center) merasa perlu memperluas jangkauan dakwah dengan media lain yakni media *facebook*. Pada awal tahun 2015 RJIC mendirikan media dakwah berbasis televisi yang diberi nama Erje tv. Dengan berdirinya Erje tv diharapkan

akan membantu menyebarluaskan dakwah Islam kepada masyarakat dengan media televisi *streaming*. Ditambah lagi dengan banyaknya peminat *facebook* dan didukung oleh fitur *live streaming* sehingga Erje tv menggunakan media *facebook* dapat di akses pencarian *facebook @erjedia* dari sebelumnya menggunakan media *youtube* sebagai media penyampai informasinya, perpindahan media ini dimaksudkan karena pada media *facebook @erjedia* bisa melihat secara langsung *feedback* dari yang menyukai laman *facebook* tersebut seperti notifikasi apabila *live*. Sehingga Total *followers* akun ini terhitung Oktober 2017 mencapai 11.270 *followers*.

Pada laman *facebook @Erjedia* terdapat 2 bentuk video *streaming* yang bisa dilihat yaitu *live streaming* dan video setelah *live streaming* selesai dilakukan. Video setelah *live streaming* ini merupakan video yang secara otomatis ter-*upload* pada laman *facebook @Erjedia* jika *live streaming* telah selesai dilaksanakan. Bagi jamaah yang memiliki pertanyaan yang menarik maka, pihak admin *@Erjedia* melakukan proses pengeditan video dan memotong video hasil *live streaming* tersebut untuk di *upload* ulang kedalam laman *facebook @Erjedia*. Bagi *followers* yang tidak bisa melihat video *live streaming* bisa melihat video *streaming* yang hasil editan dan digabungkan dengan pertanyaan dari jamaah. Satu hal lagi yang juga terdapat pada laman *facebook @Erjedia* adalah *poster* dakwah yang berfungsi sebagai media promosi dakwah dari *@Erjedia*.

Dengan format yang terbuka, membuat siapa saja bisa menjadi anggota. Ribuan anggota mendapatkan informasi di *@erjedia*, akun yang selama ini menjadi salah satu tujuan utama mereka mengakses *facebook* setiap hari dengan

tujuan berbagi informasi dakwah. *@Erjedia* memanfaatkan *facebook* sebagai wadah untuk menyebarkan informasi dakwah, sehingga informasi yang di *posting* didalamnya merupakan hal-hal yang berkaitan dengan dakwah islam. Dengan adanya fitur *facebook live streaming* maka lebih memudahkan khalayak untuk mendapatkan informasi dakwah. Sebagai contoh, ketika orang berpergian dan tidak bisa menghadiri kajian di Mesjid maka seseorang tersebut hanya perlu membuka *facebook* dan bisa mengikuti ceramah melalui fitur *live streaming facebook* tersebut. Dengan kata lain seseorang tersebut sudah melakukan tugas yang amat besar sebagai seorang muslim yaitu mencari ilmu.

Semakin banyak teknologi yang canggih, maka semakin banyak pula hal yang menarik untuk diteliti. Penelitian sejenis terdahulu lainnya yang menjadi acuan peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Maya Sucitra Effendi, jurusan Ilmu Komunikasi, yang meneliti mengenai efektivitas komunikasi dakwah lembaga studi mahasiswa islam (Ismi) almadani melalui media *blackberry messenger* di kalangan mahasiswa fisip Universitas Riau dengan kesimpulan bahwa dari hasil skor perhitungan rata-rata didapat tingkat efektivitas media *blackberry messenger* sebagai saluran pesan dakwah Ismi almadani yaitu 4,11 dalam rentang skala efektif.

Penelitian sejenis terdahulu lainnya yang menjadi acuan peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Dewi Cecilia Mopili, mahasiswa Universitas Telkom yang meneliti mengenai efektivitas media *online detik.com* sebagai sumber informasi bagi mahasiswa fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung dengan kesimpulan bahwa 77,2% dari responden menyatakan bahwa *detik.com*

menjadi sebuah situs yang efektif sebagai sumber informasi yang mampu memenuhi kebutuhan individu.

Penelitian sejenis terdahulu selanjutnya yang juga menjadi acuan peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Aprina Junika, Mahasiswi Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Riau yang meneliti mengenai Efektivitas Komunikasi Akun *Twitter @infoPKU* Sebagai Media Informasi Online Di Pekanbaru yang menyimpulkan bahwa *twitter @infoPKU* merupakan media sosial yang efektif dalam menyampaikan informasi.

Berdasarkan pada ketiga penelitian sejenis terdahulu di atas, peneliti menyimpulkan bahwa banyak sekali media-media yang memiliki cara sendiri agar efektif dalam menyampaikan informasi. Maka dari itu, masih bertolak pada penelitian sejenis terdahulu, dengan berfokus kepada media *online* yang semakin berjaya seiring dengan perkembangan zaman, peneliti ingin melihat efektivitas komunikasi *facebook @erjemia* sebagai media informasi dakwah kepada khalayak luas.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Efektivitas komunikasi akun *facebook @erjemia* sebagai media informasi dakwah”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka dapat dikemukakan perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut “Seberapa besar tingkat efektivitas komunikasi akun *facebook @erjemia* dalam menyebarkan informasi dakwah”.

Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah: “Untuk mengetahui tingkat efektivitas komunikasi akun *facebook @erjemia* dalam menyebarkan informasi dakwah”.

Kegunaan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, penulis mengklasifikasikan kegunaan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Kegunaan Akademis
Sebagai bahan *mafollowersn* ataupun acuan bagi mahasiswa yang ingin mengetahui efektivitas *Facebook* sebagai media informasi.
- b. Kegunaan Praktis
 1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan, *mafollowersn* dan referensi bagi pemilik akun *facebook @erjemia* dalam menyebarkan informasi dakwah yang akan dibagikan.
 2. Sebagai bahan referensi bagi *followers* akun *facebook @erjemia* untuk lebih mengetahui mengenai seluk beluk akun *faeacebook @erjemia* dan juga tingkat keefektivitasan komunikasi akun *facebook @erjemia* sebagai media menyebarkan informasi dakwah.

Tinjauan Pustaka

Teori New Media

New Media menurut Miles, Rice dan Barr dalam *Media: an introduction*

3rd Edition (Flew, 2008:2) merupakan suatu media yang merupakan hasil dari integrasi maupun kombinasi antara beberapa aspek teknologi yang digabungkan, antara lain teknologi komputer dan informasi, jaringan komunikasi serta media dan pesan informasi digital. *New Media* sendiri diawali dengan perkembangan dari salah satu aspek teknologi yang digabungkan yang kemudian berkonvergensi (Rinawati: 2012:18). Dan salah satu konvergensi tersebut yang merupakan bagian dari aspek teknologi yaitu media sosial.

Efektivitas Komunikasi

Efektivitas merupakan suatu keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan atau kegagalan kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan. Sedangkan komunikasi adalah sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan akibat tertentu.

Media Informasi Online

Media informasi terus berkembang dan sangat diperlukan setiap saat karena melalui media informasi manusia dapat mengetahui informasi yang sedang berkembang, selain itu manusia juga bisa saling berinteraksi satu sama lain. Melalui media informasi juga sebuah pesan dapat tersampaikan dengan baik jika media yang dibuat tepat kepada saaran dan informasi yang disampaikan bermanfaat bagi pembuat target.

Media sosial

Pengertian Media Sosial

Konsep media pada dasarnya adalah alat untuk menyimpan dan menyampaikan informasi atau data untuk keperluan tertentu. Dan dengan demikian, media sosial adalah media yang

digunakan untuk melakukan interaksi dengan menggunakan teknik-teknik yang sangat mudah untuk diakses dan mempermudah publikasi kepada pengguna (Kaplan dan Haenlin, 2010:73).

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010) mendefinisikan *social media* sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis *internet* yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content*”.

Karakteristik Media Sosial

Media sosial ini suatu objek, suatu produk yang dibentuk dan bertujuan, pastinya memiliki karakteristik tersendiri yang membedakannya dengan media sosial tradisional lain meskipun semuanya tetap saja menyerukan pemikiran dan gagasan. Menurut Juju dan Sulianta (2010:7)

@erjemedia

Adanya televisi dakwah Islam dirasa sangat dibutuhkan di tengah lemahnya kepedulian masyarakat terhadap nilai-nilai agama. Kini agama hanya diperlukan pada saat perayaan hari besar saja, padahal nilai agama harus dibawa dalam kehidupan sehari-hari. Tingginya minat masyarakat untuk kembali mempelajari agama Islam menjadikan RJIC merasa perlu memperluas jangkauan dakwah dengan media lain yakni media televisi.

Pada awal tahun 2015 RJIC mendirikan media dakwah berbasis televisi yang diberi nama ERJE TV. Dengan berdirinya ERJE TV diharapkan akan membantu menyebarkan dakwah Islam kepada masyarakat dengan media televisi, sehingga diharapkan akan lahir masyarakat yang memiliki prinsip

agama yang baik sehingga ikut mendukung negara dalam pembangunan masyarakat yang agamis, berakhlak mulia, aman, tentram dan sejahtera. Tujuan dari pendirian ERJE TV adalah sebagai berikut:

1. Menyebarkan dakwah Islam keseluruh lapisan masyarakat.
2. Membantu pemerintah dalam penyebarluasan informasi dan mempererat persatuan dan kesatuan.
3. Sebagai upaya untuk ikut serta meningkatkan dan mengembangkan potensi daerah, membuka lapangan kerja yang seluas-luasnya dibidang televisi.

Dibawah yayasan Raudhatul Jannah Islamic Center, media televisi yang diberi nama ERJE TV ini beralamat yang sama dengan kantor yayasan dan masjid Raudhatul Jannah Islamic Center. Di Jalan Tuanku Tambusai yang berada di Kelurahan Labuh Baru Timur Kecamatan Labuh Baru di Kota Pekanbaru serta alamat www.erje.tv sebagai media televisi berbasis *streaming*.

Ditambah lagi dengan banyaknya peminat *facebook* dan didukung oleh fitur *live streaming* sehingga Erje tv menggunakan media *facebook* dari sebelumnya menggunakan media *youtube* sebagai media penyampai informasinya, media ini dimaksudkan karena pada media *facebook* Erje tv bisa melihat secara langsung *feedback* dari yang menyukai laman *facebook* tersebut seperti notifikasi apabila *live*. Sehingga Total *followers* akun ini terhitung Oktober 2017 mencapai 11.270 *followers*.

Pada laman *facebook* @Erjemedia terdapat 2 bentuk *video*

streaming yang bisa dilihat yaitu *live streaming* dan *video* setelah *live streaming* selesai dilakukan. *Video* setelah *live streaming* ini merupakan *video* yang secara otomatis ter-upload pada laman *facebook* @Erjemedia jika *live streaming* telah selesai dilaksanakan. Bagi jamaah yang memiliki pertanyaan yang menarik maka, pihak admin @Erjemedia melakukan proses pengeditan *video* dan memotong *video* hasil *live streaming* tersebut untuk di upload ulang kedalam laman *facebook* @Erjemedia. Bagi *followers* yang tidak bisa melihat *video live streaming* bisa melihat *video streaming* yang hasil editan dan digabungkan dengan pertanyaan dari jamaah. Satu hal lagi yang juga terdapat pada laman *facebook* @Erjemedia adalah *poster* dakwah yang berfungsi sebagai media promosi dakwah dari @Erjemedia.

Dengan format yang terbuka, membuat siapa saja bisa menjadi anggota. Ribuan anggota mendapatkan informasi di @erjemedia, akun yang selama ini menjadi salah satu tujuan utama mereka mengakses *facebook* setiap hari dengan tujuan berbagi informasi dakwah. @Erjemedia memanfaatkan *facebook* sebagai wadah untuk menyebarkan informasi dakwah, sehingga informasi yang di-posting didalamnya merupakan hal-hal yang berkaitan dengan dakwah islam. Dengan adanya fitur *facebook live streaming* maka lebih memudahkan khalayak untuk mendapatkan informasi dakwah. Sebagai contoh, ketika orang berpergian dan tidak bisa menghadiri kajian di Mesjid maka seseorang tersebut hanya perlu membuka *facebook* dan bisa mengikuti ceramah melalui fitur *live streaming facebook* tersebut. Dengan kata lain seseorang tersebut sudah melakukan tugas yang amat besar sebagai seorang muslim yaitu mencari ilmu.

Dakwah

Dakwah Menurut istilah (terminologi) definisi dakwah oleh Drs.Hamsah Ya'kub, dalam bukunya "Publisistik Islam" memberikan pengertian bahwa dakwah adalah mengajak manusia dengan hikmah bijaksana untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya. (Hasan Bisri, 2010: 73).

Kerangka Penelitian

Kerangka pemikiran merupakan pemetaan (*mind mapping*) yang dibuat dalam penelitian untuk menggambarkan alur pikir peneliti. Kerangka berpikir penelitian ini pada dasarnya berawal dari efektivitas komunikasi yang dilakukan oleh akun *facebook* @erjemedia. Komunikasi yang dilakukan oleh @erjemedia menggunakan komunikasi melalui media *internet*. Komunikasi merupakan unsur pokok dalam suatu media karena di dalam media terdapat interaksi sosial yang dilandasi adanya pertukaran makna untuk mengintegrasikan tindakan individu. Diperlukan media komunikasi yang baik untuk menyampaikan pesan kepada komunikan.

Efektivitas komunikasi dapat diukur dengan menggunakan enam indikator. Adapun indikator tersebut adalah : penerima pesan (*receiver*), isi pesan (*content*), media, *format*, sumber pesan (*source*), ketepatan waktu (*timing*). Yang diharapkan dapat menghasilkan sesuai dengan judul penelitian yaitu "efektivitas akun *facebook* @erjemedia sebagai media dalam menyebarkan informasi dakwah".

Metode Penelitian Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teori dalam penelitian kuantitatif menjadi faktor yang sangat penting dalam proses penelitian, bahkan separuh dari kegiatan penelitian adalah proses teori atau proses berteori.

Pada penelitian kuantitatif, teori atau paradigma teori digunakan untuk menuntun peneliti menemukan masalah penelitian, menemukan hipotesis, menemukan konsep-konsep, menemukan metodologi dan menemukan alat-alat analisis data. Analisis data kuantitatif adalah analisis yang berupa data yang diperoleh dari responden yang telah dikumpulkan, kemudian dianalisis dan diolah menggunakan teori statistik sebagai alat pemecahan masalah yang dihadapi, sehingga metode ini akan memberikan kepastian dalam mengambil keputusan (Sugiyono, 2010:7).

Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada laman akun *Facebook* @erjemedia.

Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian yang dilaksanakan peneliti, mulai dari tahap persiapan, proses pengumpulan data, pengolahan data dan tahap penyuntingan data pada penelitian ini, dilaksanakan mulai bulan Agustus 2017.

1. Tahapan persiapan dan pelaksanaan observasi awal dimulai dari bulan Agustus sampai September 2017

2. Tahap pengumpulan data dengan melakukan riset dimulai pada bulan September sampai Oktober tahun 2017..
3. Tahap pengolahan data dengan menganalisis data yang diperoleh langsung dari lapangan yaitu bulan Oktober sampai November 2017.
4. Tahap pelaporan yaitu penyusunan makalah hasil penelitian dilakukan pada bulan Desember 2017.

Populasi Sampel dan Sampel Penelitian

Populasi Penelitian

Dalam metode penelitian, kata populasi digunakan untuk menyebutkan sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karenanya, populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya. Sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Bungin, 2011:109).

Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* akun *facebook* @erjemia yang mana mereka menjadikan akun tersebut sebagai media informasi *online* dakwah. Berdasarkan data yang peneliti temukan, *followers* @erjemia peroktober 2017 adalah sebanyak 11.270 *followers*.

Sampel Penelitian

Dalam metode penelitian, kata sampel berarti sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang diamati. Dalam pengambilan sampel juga dibutuhkan sebuah teknik atau metode. Metode sampling adalah pembicaraan bagaimana menata berbagai teknik dalam penarikan atau pengambilan sampel penelitian, bagaimana kita merancang

tata cara pengambilan sampel agar menjadi sampel yang representatif.

Sementara itu, peneliti juga mengkategorikan responden dengan kriteria dimana responden tersebut merupakan pengguna aktif *facebook* yang pernah melakukan interaksi dengan akun @erjemia. Interaksi yang dimaksud disini seperti mengomentari akun *facebook* @erjemia dengan akun mereka. Atau meng-*like* *update*-an @erjemia Pada sebuah *video* yang di *post*. Pemilihan responden tersebut peneliti lakukan secara acak dengan memantau profil @Erjemia, kemudian meminta bantuan kepada *founder/ admin* untuk bersedia menyebarkan link kuesioner yang telah peneliti rancang kepada *followers* dengan cara menyebar foto kuesioner penelitian yang sedang dilakukan dengan menyertakan link kuesioner bahkan informasi kontak peneliti di kolom *caption* *postingan*.

Jenis dan Sumber Data

Ada dua jenis data yang digunakan yaitu:

Data Primer

Data primer adalah data yang langsung dapat dilapangan, antara lain tentang data-data maupun informasi yang diperlukan (Sugiarto, 2003:40). Data primer juga merupakan data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya dan diolah sendiri oleh lembaga bersangkutan untuk dimanfaatkan. Data primer dapat berbentuk opini subjek individual ataupun kelompok. Dan hasil observasi terhadap karakteristik benda, kejadian, kegiatan dan hasil suatu pengujian tertentu (Ruslan, 2004:138).

Data primer dalam penelitian ini yaitu data yang di dapat dari kuisisioner yang dibagikan kepada responden.

Data Sekunder

Data sekunder merupakan data kedua setelah sumber data primer (Bungin, 2011:130). Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan pengolahnya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam suatu penelitian tertentu. Data sekunder pada umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi oleh lembaga tertentu yang dipublikasikan (Ruslan, 2004:138). Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data yang diambil dari sumber bacaan lain seperti buku, jurnal, maupun *website*. media.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

Kuesioner

Kuesioner berisi daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden (Kriyantono, 2014:97). Pada metode ini, peneliti menyebarkan pertanyaan tertulis yang disusun dalam daftar dan menyesuaikan dengan kajian penelitian untuk diisi oleh responden.

Dalam penelitian ini, peneliti akan memberikan kuesioner yang sudah berisikan pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian kepada *followers @erjemedia* yang sebelumnya telah ditetapkan sebagai sampel penelitian. Sebelumnya peneliti mengubah bentuk kuesioner ke dalam bentuk *google document*, dengan tujuan untuk kemudahan responden nantinya. Kemudian, dengan bantuan admin *@erjemedia*, peneliti membagikan *link* yang berisikan

kuesioner ke *followers* akun *@erjemedia* dengan harapan akan mendapatkan target sampel yang diinginkan.

Dokumentasi

Dokumentasi yang Dokumentasi yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang relevan, yang diperoleh dari buku-buku, jurnal, majalah/surat, kabar yang ada kaitannya dengan penelitian. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumentasi juga bisa diartikan sebagaimana dilakukan untuk mencari data dan informasi pra riset melalui jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan publikasi yang tertera di perpustakaan (Kriyantono, 2014:120).

Dalam penelitian ini, penelitian melakukan penelusuran data melalui studi pustaka dan penelusuran data *online* yang terkait dengan rumusan masalah penelitian.

Defenisi Operasional Konsep

Menurut Kriyantono, Operasional konsep adalah tahap mengubah konsep agar menjadi variabel yang dapat diukur. Untuk memudahkan dan menghindari terjadinya kekaburan mengenai masalah yang hendak diteliti. Variable dalam penelitian ini adalah Efektivitas Media Sosial. Untuk mengetahui beberapa dimensi yang terdapat dalam variabel penelitian ini, maka dilakukan operasional sebagai berikut:

Arikunto menyebutkan indikator adalah hal yang akan menunjukkan atau menyatakan sesuatu yang menjadi

petunjuk bagi sub variabel itu sendiri. Namun demikian indikator harus sesuai dengan makna variabel yang akan diukur (Kriyantono, 2008:121).

Dengan dilatar belakangi masalah yang ada, maka konsep operasional akan menjadi tolak ukur lapangan. Untuk mengetahui Efektivitas Komunikasi Akun *Facebook @erjemedia* sebagai media informasi Dakwah maka peneliti menjabarkan variabel-variabel yang nantinya akan berhubungan dengan indikator yang akan menjadi alat ukur dalam mengukur keefektifitasan akun *facebook* tersebut. Arikunto menyebutkan indikator adalah hal yang akan menunjukkan atau menyatakan sesuatu yang menjadi petunjuk bagi sub variabel itu sendiri. Namun demikian indikator harus sesuai dengan makna variabel yang akan diukur (Kriyantono, 2008: 121).

Konsep efektivitas komunikasi akun *facebook @erjemedia* sebagai media informasi tentang Dakwah diukur berdasarkan efektivitas komunikasi yang diungkapkan oleh Hardjana (2000:23) yang mengatakan bahwa terdapat enam syarat yang dapat digolongkan sebagai efektivitas komunikasi.

Teknik Pengukuran Data

Pengukuran data adalah upaya pemberian tanda angka atau bilangan pada suatu objek atau peristiwa dengan aturan tertentu. Pengukuran adalah upaya memberikan nilai-nilai pada variabel (Kriyantono, 2014:136). Pada penelitian ini digunakan *Skala Likert* untuk mengukur data dari responden. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu objek sikap. Objek sikap ini biasanya telah ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh periset

Teknik Analisis Data

Teknik Analisis penelitian kuantitatif adalah analisis berupa data yang diperoleh dari responden yang telah dikumpulkan menggunakan statistik sebagai alat pemecahan masalah yang dihadapi, sehingga metode ini akan memberikan kepastian dalam mengambil keputusan. Ada banyak teknik statistik untuk penelitian kuantitatif, dan pada dasarnya itu tergantung pada jumlah variabel dalam penelitian itu. Pada penelitian ini, peneliti bermaksud untuk menguji satu variabel yang biasa disebut dengan *Univariat*.

Uji Validasi

Dalam penelitian, data mempunyai kedudukan yang paling tinggi, karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Benar tidaknya data, sangat menentukan bermutu atau tidaknya hasil penelitian. Sedangkan besar atau tidaknya data, tergantung dari baik tidaknya instrument biasanya terdiri dari uji validitas dan reliabilitas. Validitas adalah tingkat keandalan dan kesalahan alat ukur yang digunakan.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama (Nazarudin, 2005). Reliabilitas merupakan ukuran mengenai konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah konstruk yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator tersebut

mengidentifikasi sebuah konstruk yang umum.

Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini merupakan hasil dari pengujian data yang diperoleh dari lapangan. Adapun untuk mendapatkan data, penulis menggunakan kuesioner yang telah disebarluaskan secara langsung kepada responden sebanyak 99 orang *followers*. Setelah data terkumpul, maka selanjutnya peneliti mengklasifikasikan sesuai dengan permasalahan yang ada pada bab satu dan selanjutnya, peneliti mencari nilai frekuensi setiap jawaban yang telah diformulasikan dalam bentuk table.

Karakteristik Responden

Peneliti menyajikan data yang diperoleh dari lapangan, adapun penyajian dari data ini bertujuan untuk mempermudah penulis dalam menganalisis data. Dalam sebuah penelitian kuantitatif, responden merupakan hal yang paling penting dalam penelitian. Untuk kategori karakteristik responden, peneliti mengkategorikan responden berdasarkan :

Responden berdasarkan jenis kelamin

Pada tabel dibawah ini menunjukkan dari sebanyak 99 responden, 64.6 % responden berjenis kelamin laki-laki dan 35.4 % responden berjenis kelamin perempuan.

Responden berdasarkan Usia

Hal ini menunjukkan bahwa responden yang berusia 16-25 lebih dominan menggunakan media sosial *facebook* sebagai media mereka untuk

mencari informasi khususnya informasi dakwah.

Responden berdasarkan Pendidikan

Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan Sarjana memiliki intensitas yang sangat tinggi dalam menggunakan *facebook* sebagai media informasi khususnya informasi dakwah mereka. Dan diikuti dengan tingkat pendidikan SMA sederajat yang mana rentang usia yang sama.

Responden berdasarkan Pekerjaan

Hal ini menunjukkan bahwa banyak bapak bapak dan ibu-ibu menggunakan media sosial *facebook* untuk dijadikan sebagai media mencari informasi yang dibutuhkan dalam hal ini yaitu mencari informasi mengenai Dakwah.

Efektivitas Komunikasi Akun Facebook @erjemedia Berdasarkan Variabel Efektivitas Komunikasi

Seluruh data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner melalui *google docs*, yang pada akhirnya diperoleh 99 orang responden, kemudian dikaji dan dianalisa dengan memasukkan data kedalam tabel. Oleh karena itu, peneliti akan menguraikan data-data yang telah didapatkan dan mengelompokkannya berdasarkan indikator variabel yang sesuai dengan penelitian yang peneliti gunakan. Indikator yang digunakan dalam mengukur keefektifan sebuah proses komunikasi yang dikemukakan oleh Hardjana antara lain Penerima pesan atau pemakai (*Receiver or User*), Isi Pesan (*Content*), Media Komunikasi (*Media*), Format (*Format*), Sumber

Pesan (*Source*), dan Ketepatan Waktu (*Timing*) (Hardjana,2000:23).

Efektivitas Media Komunikasi (Media)

Indikator Media Komunikasi atau *media* memiliki 2 item pernyataan. Pada tabel dibawah ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan indikator media.

Efektivitas Format (Format)

Indikator *format* dalam penelitian ini menghasilkan 3 butir pernyataan. Pada tabel dibawah menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap indikator *format*.

Efektivitas Sumber Pesan (Source)

Indikator sumber pesan (*source*) pada penelitian ini memiliki 2 item pernyataan. Pada tabel dibawah menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap indikator *source*.

Efektivitas Ketepatan Waktu (Timing)

Indikator *timing* pada penelitian ini menghasilkan 5 item pernyataan. Pada tabel dibawah ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan indikator *timing*.

Kesimpulan

Hasil pengukuran efektivitas Komunikasi Akun Facebook @erjemia dalam menyebarkan informasi dakwah dilihat dari 6 indikator, yaitu penerima atau pemakai (*Receiver or user*), Isi Pesan (*Content*), Media, *Format*, Sumber Pesan (*Source*), dan Ketepatan Waktu (*Timing*). Pengukuran indikator penerima atau pemakai pesan (*receiver or user*) memperoleh skor rata-rata 3,70 yang termasuk dalam rentang skala sangat efektif, kemudian hasil dari

pengukuran indikator isi pesan (*content*) memperoleh rata-rata 3,74 yang juga termasuk dalam rentang skala sangat efektif. Hasil dari pengukuran indikator media berada di rentang skala 3,71 yang termasuk dalam rentang skala sangat efektif, indikator format juga berada dalam rentang skala sangat efektif yaitu sebesar 3,66. Indikator sumber pesan (*source*) memperoleh hasil akhir dengan rata-rata 3,77 yang juga dalam rentang skala sangat efektif, dan yang terakhir pengukuran indikator ketepatan waktu (*timing*) sebesar 3,62 yang berada dalam rentang skala sangat Efektif.

Oleh karena itu, hasil akhir dari perhitungan efektivitas akun Facebook @erjemia yang merupakan rata-rata dari penggabungan setiap indikator menghasilkan nilai sebesar 3,7 yang berada dalam rentang skala sangat efektif. Hal ini menyatakan bahwa responden yang merupakan *followers* akun facebook @erjemia setuju bahwa akun @erjemia merupakan akun yang sangat efektif dalam menyampaikan informasi khususnya informasi dakwah.

Saran

Adapun saran-saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

1. Akun Facebook @erjemia Diharapkan untuk dapat mempertahankan kan Sumber Pesan (*Content*) pada akun @erjemia karena memilik hasil yang tertinggi 3.77 dibandingkan indikator yang lain yaitu berada dalam rentang skala Sangat Efektif dan dapat memperbaiki *timing* atau ketepatan waktu *posting-an*, yang mana pada penelitian ini indikator ketepatan waktu memiliki hasil

3.62 yang kurang dibandingkan dengan indikator lainnya. diharapkan untuk dapat terus atau bahkan meningkatkan keeksistensiannya, melihat semakin hari semakin banyak akun media sosial lainnya yang menarik perhatian, sehingga akun @erjimedia dapat menjadi pilihan pertama *followers* nya dalam mencari informasi mengenai dakwah.

2. *Followers* akun @erjimedia juga diharapkan untuk dapat bekerja sama dengan akun @erjimedia untuk menjadikan akun @erjimedia sebagai pilihan pertama *followers*-nya yang aktif maupun pasif, dengan cara lebih rajin lagi memberikan *feedback* terhadap *posting-an* @erjimedia.
3. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat meneliti tentang bagaimana agar akun @erjimedia dapat meningkatkan keeksistensiannya dalam memberikan informasi dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin (2000), Reliabilitas dan validitas. Yogyakarta : Pustaka Belajar
- Agung, Kurniawan 2005. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaharuan.
- Asmuni Syukri 1983. Dasar- dasar strategi Dakwah islam, Surabaya, Al - Ikhlas
- Arikunto, S (2000). Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta : Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya*, edisi kedua, Jakarta: Kencana.
- Critios, (1996). Media Selection, Dalam : Plomp T & Ely, D.P.
- Effendy, Onong uchjana, 1998. Ilmu komunikasi Teori dan Praktek Bandung : Remaja Rosda Karya
- Flew, T . 2008. New Media : an Introduction, New York : Oxford University Pers
- Hardjana, Andre. 2000. Audit *Komunikasi Teori dan Praktek*. Jakarta: Grasindo
- Heinich, R. et al (2002). Instrutlional media and technology for learning, New Jersey : Prentce Hall, inci
- Kriyantono, Rachmat, 2008, Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Kencana Prenada Media group
- Moch.Nazir. (2003), *Metode Penelitian*, Salemba Empat, Jakarta,63.
- Mulayana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*, Edisi kedelapan. Bandung : Remaja Rosdakarya Offset.
- Moleong, 2005, Metodologi Kualitatif Edisi Revisi, Bandung : Remaja Rosda Karya
- Nurudin. 2016. *Ilmu Komunikasi Ilmiah Dan Populer*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Ndraha, Taliziduhu, 2005, Budaya Organisasi, Rineka Cipta Jakarta
- Perebinossoff, Philippe, 2005, Programming for TV, Radio & The Internet, Second Edition : Strategy. Paperback

Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung; Refika Aditama.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Cetakan Kesepuluh*. Bandung; Alfa Beta

Jurnal

Dewi Cecilia Mopili.2013. *Efektivitas Media Online Detkcom Sebagai Sumber Informasi Bagi Mhasiswa Fikom Universitas Islam Bandung*. Program Studi Ilmu Komunikasi Telkom Economics & Bussiness School Universitas Telkom, Bandung.

Zulfikar.2014. *Efektivitas Media Informasi TMC POLRESTA Bandung dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Lalu Lintas Masyarakat di Kota Bandung*. Program Study Public Relation Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.

Skripsi

Aprina Junika.2016. *Efektivitas Komunikasi Akun Twitter @infoPKU Sebagai Media Informasi Online di Pekanbaru*. Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Riau.Pekanbaru

Maya Sucitra Effendi 2016, *Efektivitas komunikasi dakwah lembaga studi Mahasiswa islam (LSMI) Almadani melalui Media Blackberry Messenger di kalangan mahasiswa Fisip Universitas Riau*