UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teoritis

1. Komunikasi Massa

Secara etimologis istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *"communicatio"*. Istilah ini bersumber dari perkataan *"communis"* yang berarti sama, sama yang dimaksud berarti sama makna dan arti. Sehingga komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan komunikator dan diterima oleh komunikan.[5]

Menurut Harold Lasswell[6] cara yang terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan - pertanyaan berikut : *Who Says Shat In Wich Channel To Whom With What Effect* ? (Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa ?). Jawaban bagi pertanyaan paradigmatik Lasswell merupakan unsur-unsur proses komunikasi yang meliputi komunikator, pesan, media, komunikan, efek.

Defenisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner yakni "komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang besar". Sedangkan defenisi komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi yakni Gerbner "komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.[7]

---

[5] Onong Uchjana Effendy. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2004) hal: 30

[6] Deddy Mulyana. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005) hal: 62

[7] Ardianto dan Erdinaya. Komunikasi Suatu Pengantar (Bandung : Simbiosa Rekatama Media, 2004) hal: 4

Komunikasi massa, merupakan level komunikasi terbesar dengan cakupan sasaran komunikasi terbanyak. Komunikasi massa terdiri dari pesan-pesan yang ditransmisikan ke sasaran audience yang benyak dan tersebar luas, dengan menggunakan koran, majalah, televisi, radio, dan internet[8]. Kondisi ini juga ditemui dalam media sosial. Apa yang diungkapkan seseorang dalam media sosial, akan bisa dilihat khalayak banyak, sehingga komunikasi massa terjadi.

Dalam media sosial, komunikasi interpersonal dan komunikasi massa melebur menjadi satu. Saat seseorang mengunggah sesuatu kemudian ditanggapi pihak lain, lalu terjadi interaksi, maka komunikasi interper-sonal terjadi. Disaat yang sama, saat seseorang mengunggah sesuatu, apa yang diunggahnya bisa dilihat dan dinikmati khalaak banyak, sehingga pada saat yang sama komunikasi massa juga terjadi, sebab komunikasi massa tidak mensyaratkan adanya keterlibatan aktif semua pihak..

Komunikasi mempunyai efek tertentu menurut Liliweri[9], secara umum terdapat tiga efek komunikasi massa, yaitu: (a) efek kognitif, dimana pesan komunikasi massa mengakibatkan khalayak berubah dalam hal pengetahuan, pandangan, dan pendapat terhadap sesuatu yang diperolehnya. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. (b) efek afektif, dimana pesan komunikasi massa mengakibatkan berubahnya perasaan tertentu dari khalayak. Orang dapat menjadi lebih marah dan berkurang rasa tidak senangnya terhadap suatu akibat membaca surat kabar, mendengarkan radio atau menonton televisi. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap, atau nilai. (c) efek konatif, dimana pesan komunikasi massa mengakibatkan orang mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Efek ini merujuk pada prilaku nyata yang dapat diminati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berprilaku.

a) Karakteristik Komunikasi Massa

Adapun karakteristik yang dimiliki oleh komunikasi massa antara lain adalah :

---

[8] Adler & Rodman, Understanding Human Communication, Ninth Edition (Oxford University Press, 2006) hal : 8

[9] Onong Uchjana Effendy. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2004) hal: 39

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak pada UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

1) Komunikator Terlembagakan

Sesuai dengan pendapat Wright, bahwa komunikasi massa itu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi kompleks, maka proses pemberian pesan yang diberikan oleh komunikator harus bersifat sistematis dan terperinci.

2) Pesan Bersifat Umum

Pesan dapat berupa fakta, peristiwa ataupun opini. Namun tidak semua fakta atau peristiwa yang terjadi di sekeliling kita dapat dimuat dalam media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apapun harus memenuhi kriteria penting atau menarik.

3) Komunikannya yang Anonim dan Heterogen

Komunikan yang dimiliki komunikasi massa adalah anonim (tidak dikenal) dan heterogen (terdiri dari berbagai unsur).

4) Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Keserempakan media massa itu adalah keserempakan kontak dengan sejumlah besar penduduk dalam jarak yang jauh dari komunikator, dan penduduk tersebut satu sama lainnya berada dalam keadaan terpisah.

5) Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Dalam komunikasi massa, pesan harus disusun sedemikian rupa berdasarkan sistem tertentu dan disesuaikan karakteristik media massa yang digunakan. Di dalam komunikasi antarpersonal, yang menentukan efektivitas komunikasi bukanlah struktur, tetapi aspek hubungan manusia, bukan pada “apanya” tetapi “bagaimana” sedangkan pada komunikasi massa menekankan pada “apanya”.

6) Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Komunikator dan komunikan tidak dapat terlibat secara langsung, karena proses pada komunikasi massa yang menggunakan media massa.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

7) Stimulasi Alat Indra "Terbatas"

Stimulasi alat indra tergantung pada media massa. Pada surat kabar dan majalah, pembaca hanya melihat, pada media radio khalayak hanya mendengarkan, sedangkan pada media televisi dan film kita menggunakan indra pengelihatan dan pendengaran.

8) Umpan Balik Tertunda (*Delayed*)

Hal ini dikarenakan oleh jarak komunikator dengan komunikan yang berjauhan dan katakter komunikan yang anonim dan heterogen.[10]

b) Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi dari komunikasi massa adalah sebagai berikut :

1) Penafsiran (*Interpretation*)

Fungsi penafsiran ini berbentuk komentar dan opini yang ditujukan kepada khalayak, serta dilengkapi perspektif (sudut pandang) terhadap berita atau tanyangan yang disajikan.

2) Pertalian (*Linkage*)

Dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam sehingga membentuk pertalian berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

3) Penyebaran Nilai-Nilai (*Transmission Of Values*)

Dengan cara media massa itu ditonton, didengar, dan dibaca. Media massa itu memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang diharapkan oleh mereka.

4) Hiburan (*Entertainemnt*)

Berfungsi sebagai penghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak.

5) Fungsi Informasi

Media massa berfungsi sebagai penyebar informasi bagi pembaca, pendengar, atau pemirsa

[10] Ardianto dan Erdinaya. Komunikasi Suatu Pengantar (Bandung : Simbiosa Rekatama Media, 2004) hal: 7-8

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

6) Fungsi Pendidikan

Salah satu cara media massa dalam memberikan pendidikan adalah dengan melalui pengajaran etika, nilai, serta aturan-aturan yang berlaku bagi pembaca atau pemirsa.

7) Fungsi Mempengaruhi

Secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, Features, iklan, artikel dan sebagainya

8) Fungsi Proses Pengembangan Mental

Media massa erat kaitannya dengan prilaku dan pengalaman kesadaran manusia.

9) Fungsi Meyakinkan (*To Persuade*)

a) Mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan atau nilai seseorang,

b) Mengubah sikap, kepercayaan, atau nilai seseorang,

c) Menggerakan seseorang untuk melakukan sesuatu.[11]

c. Unsur-unsur Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan proses yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Dengan demikian, maka unsur-unsur penting dalam komunikasi massa adalah:

1) Komunikator

a) Merupakan pihak yang mengandalkan media massa dengan teknologi informasi modern sehingga dalam menyebarkan suatu informasi, maka informasi tersebut dengan cepat ditangkap oleh public

b) Komunikator dalam penyebaran informasi mencoba berbagai informasi, pemahaman, wawasan, dan solusi-solusi dengan jutaan massa yang tersebar tanpa diketahui jelas keberadaan mereka.

---

[11] Onong Uchjana Effendy. Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2003) hal: 29

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

c) komunikator juga berperan sebagai sumber pemberitaan yang mewakili institusi formal yang bersifat mencari keuntungan dari penyebaran informasi tersebut.

2) Media Massa

Media massa merupakan media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula. Media massa adalah institusi yang berperan sebagai *agent of change*, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Ini adalah paradigma utama media massa. Dalam menjalankan paradigmanya media massa berperan :

a) Sebagai institusi pencerahan masyarakat, yaitu perannya sebagai media edukasi.
b) Sebagai media informasi, yaitu media yang setiap saat menyampaikan informasi kepada masyarakat.
c) Terakhir media massa sebagai media hiburan.

3) Informasi Massa

Informasi massa merupakan informasi yang diperuntukan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi oleh pribadi. Dengan demikian, maka informasi massa adalah milik publik, bukan ditujukan kepada individu masing-masing.

4) *Gatekeeper*

Merupakan penyeleksi informasi. Sebagaimana diketahui bahwa komunikasi massa dijalankan oleh beberapa orang dalam organisasi media massa, mereka inilah yang akan menyeleksi informasi yang akan disiarkan atau tidak disiarkan.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

5) Khalayak

Khalayak merupakan massa yang menerima informasi massa yang disebarkan oleh media massa, mereka ini terdiri dari publik pendengar atau pemirsa sebuah media massa.

6) Umpan Balik

Umpan balik dalam komunikasi massa umumnya mempunyai sifat tertunda sedangkan dalam komunikasi tatap muka bersifat langsung. Akan tetapi, konsep umpan balik tertunda dalam komunikasi massa ini telah dikoreksi karena semakin majunya teknologi, maka proses penundaan umpan balik menjadi sangat tradisional.[12]

2. Efektifitas

Efektivitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah barang atas jasa kegiatan yang dijalankannya. Efektivitas menunjukan keberhasilan dari segi tercapai tidaknya sasaran yang telah ditetapkan. Jika hasil kegiatan semakin mendekati sasaran, berarti makin tinggi efektivitasnya.[13]

Efektivitas juga merupakan pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah pekerjaan tepat pada waktunya. Dengan kata lain suatu pekerjaan dapat dilaksanakan secara tepat, efektif, efisien apabila pekerjaan tersebut dilaksanakan dengan tepat sesuai dengan yang telah direncanakan.[14]

Menurut Stewart L Tubbs dan Silvia Moss efektivitas merupakan suatu ukuran yang dinyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas, dan

[12] Burhan Bungin. Sosiologi Komunikasi (Jakarta: Kencana, 2006) hal: 71

[13] Sondang P Siagian. Manajemen Sumber Daya Manusia (Jakarta: Bumi Aksara, 2001) hal: 24

[14] Abdurahmat. Pengertian Efektivitas (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2003) : hal 92

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

waktu) telah tercapai. Dimana makin besar persentasi target yang di capai, maka makin tinggi keefektivitasnya.

Penyampaian informasi edukasi dikatakan efektif dapat ditinjau dari hubungan pengajar yang mengajar kelompok tertentu, pada situasi tertentu dalam usahanya mencapai tujuan-tujuan instruksional tertentu. Dikatakan efektif berarti tingkat keberhasilan pengajar dalam mengajar kelompok siswa tertentu dengan menggunakan metode tertentu untuk mencapai tujuan instruksional tertentu.[15]

a. Aspek Efektivitas

Aspek-aspek efektifitas antara lain:[16]

1) Aspek tugas atau fungsi, yaitu lembaga dikatakan efektivias jika melaksanakan tugas atau fungsinya, begitu juga suatu program pembelajaran akan efektif jika tugas yang fungsinya dapat di laksanakan dengan baik dan peserta didik belajar dengan baik.
2) Aspek rencana atau program, yang di maksud dengan rencana atau program disini adalah rencana pembelajaran yang terprogram, jika seluruh rencana dapat dilaksakan maka rencana atau program di katakan efektif.
3) Aspek ketentuan dan peraturan, efektivitas suatu program juga dapat dilihat dari fungsi atau tidaknya aturan yang telah dibuat dalam rangka menjaga berlangsungnya proses kegiatannya.
4) Aspek tujuan atau kondisi ideal, suatu program kegiatan di katakan efektif dari sudut hasil jika tujuan atau kondisi ideal program tersebut dapat tercapai.

---

[15] W.J. Popham. Test Better, Teach Better; Peran Instruksional Penilaian. (Alexandria VA : Asosiasi Pengawasan dan Pengembangan Kurikulum, 2003) hal: 7

[16] Tesis Muasaroh.. Pengaruh Pemanfaatan Koleksi Perpustakaan Terhadap Peningkatan Minat Baca Siswa SMA Negeri 1 Kendal (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2010) hal: 13

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

b. Komponen Efektifitas

Efektivitas merupakan suatu pengukuran dengan menggunakan ukuran-ukuran dimana ketepatan sasaran dapat tercapai sesuai dengan apa yang telah diinginkan. Adapun komponen-komponen efektivitas dilihat dari beberapa ukuran ketepatan, sebagai berikut : [17]

1) Ketepatan waktu

Waktu adalah sesuatu yang dapat menentukan keberhasilan sesuatu kegiatan yang dilakukan dalam sebuah organisasi tapi juga dapat berakibat terhadap kegagalan suatu aktivitas organisasi. Penggunaan waktu yang tepat akan menciptakan efektivitas pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

2) Ketepatan perhitungan biaya

Berkaitan dengan ketepatan dalam pemanfaatan biaya, dalam arti tidak mengalami kekurangan juga sebaliknya tidak mengalami kelebihan pembiayaan sampai suatu kegiatan dapat dilaksanakan dan diselesaikan dengan baik. Ketepatan dalam menetapkan satuan – satuan biaya merupakan bagian daripada efektivitas.

3) Ketepatan dalam pengukuran

Dengan ketepatan ukuran sebagaimana yang telah ditetapkan sebelumnya sebenarnya merupakan gambaran daripada efektivitas kegiatan yang menjadi tanggung jawab dalam sebuah organisasi.

4) Ketepatan dalam menentukan pilihan

Menentukan pilihan bukanlah suatu persoalan yang gampang dan juga bukan hanya tebakan tetapi melalui suatu proses, sehingga dapat menemukan yang terbaik diantara yang baik atau yang terjujur diantara yang jujur atau kedua-duanya yang terbaik dan terjujur diantara yang baik dan jujur.

[17] Makmur. Efektivitas Kebijakan Kelembagaan Pengawas (Bandung: Refika Aditama, 2011) hal :7-9

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

5) Ketepatan berpikir

Ketepatan berfikir akan melahirkan keefektifan sehingga kesuksesan yang senantiasa diharapkan itu dalam melakukan suatu bentuk kerjasama dapat memberikan hasil yang maksimal.

6) Ketepatan dalam melakukan perintah

Keberhasilan aktivitas suatu organisasi sangat banyak dipengaruhi oleh kemampuan seorang pemimpin, salah satunya kemampuan memberikan perintah yang jelasa dan mudah dipahami oleh bawahan. Jika perintah yang diberikan tidak dapat dimengeri dan dipahami maka akan mengalami kegagalan yang akan merugikan organisasi.

7) Ketepatan dalam menentukan tujuan

Ketepatan dalam menentukan tujuan merupakan aktivitas organisasi untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Tujuan yang ditetapkan secara tepat akan sangat menunjang efektivitas pelaksanaan kegiatan terutama yang berorientasi kepada jangka panjang.

8) Ketepatan ketepatan sasaran

Penentuan sasaran yang tepat baik yang ditetapkan secara individu maupun secara organisasi sangat menentukan keberhasilan aktivitas organisasi. Demikian pula sebaliknya, jika sasaran yang ditetapkan itu kurang tepat, maka akan menghambat pelaksanaan berbagai kegiatan itu sendiri.

3. Media Sosial Facebook

Media sosial adalah wujud dari perkembangan teknologi berbasis internet, yang memberi kemudahan setiap penggunanya untuk berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah hubungan atau jaringan secara online.[18]

[18] Dan Zarrella. The Social Media Marketing Book (Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2010) hal: 2-3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Pesatnya perkembangan media sosial dengan kecepatan informasi yang bisa di akses dalam hitungan detik, menjadi media sosial sebagai sebuah media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat. Informasi yang ada di dalam media social terbukti mampu membentuk opini, sikap dan perilaku publik atau masyarakat serta mampu membentuk penggalangan dukungan atau gerakan massa.[19]

Media sosial atau yang juga sering disebut jejaring sosial mempunyai banyak bentuk, salah satunya yang paling populer yaitu jejaring sosial facebook. Facebook adalah suatu situs jejaring sosial yang dapat dijadikan sebagai tempat untuk menjalin hubungan pertemanan dengan seluruh orang yang ada dibelahan dunia untuk dapat berkomunikasi satu dengan yang lainnya. Facebook merupakan situs pertemanan yang dapat digunakan oleh manusia untuk bertukar informasi, berbagi foto, video dan lainnya.[20]

Facebook dirilis pada tanggal 4 Februari 2004 dan menjadi populer pada tahun 2006 sampai saat ini. Facebook ini didirikan oleh Mark Zuckerberg, seorang mahasiswa *Harvard*. Dulunya anggota dari website facebook ini terbatas untuk mahasiswa *Harvard*. Kemudian berkembang untuk beberapa universitas dalam satu daerah, akhirnya tidak hanya beberapa universitas, tapi juga sekolah tinggi, anak-anak berumur 13 tahun ke atas sampai akhirnya kita sendiri adalah salah satu pengguna dari situs ini.[21]

---

[19] Aspikom. Komunikasi 2.0 (Yogyakarya: Mata Padi Pressindo, 2011) hal: xii

[20] Madcoms. Aplikasi Program PHP + MySQL (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2009) hal: 1

[21] Bamboomedia, dkk. Facebook Media Pembelajaran. PC CD-ROM (Bali: Bamboomedia, 2008)

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Ciri-ciri dari sebuah akun facebook yakni memiliki *pages* dan *group*, dapat melakukan *update status* lebih dari 140 karakter sesuai dengan kebutuhan, bisa langsung memberi komentar atau memberikan apresiasi dari *update status* orang-orang yang sudah menjadi teman di facebook, memiliki fasilitas *chatting* yang memungkinkan pemilik facebook untuk dapat melakukan *chat* secara langsung, dapat berbagi foto dengan cara *tagging*, dapat membuat album foto dan juga video beserta keterangannya, serta facebook juga dapat menunjang proses belajar mengajar.[22]

a. Kegunaan Facebook

Perkembangan dunia informasi, membuat maraknya situs jejaring sosial seperti facebook juga di gemari oleh orang. Anda dapat menjalin pertemanan, update status, bisnis online, dll. Seberapa besar manfaat facebook itu sendiri di antaranya adalah dapat menambah jejaring teman dan saling berbagai informasi. Jika telah mempunyai akun facebook maka dapat kapan saja dan dimana saja melakukan permintaan pertemanan, karena dengan mengirim permintaan pertemanan secara otomatis kalau sudah disetujui, maka pertemanan akan bertambah pula.

Facebook juga bisa mempertemukan teman lama, semenjak adanya akun facebook sangat mudah sekali bertemu dengan teman lama maupun teman baru dengan hanya mengetik nama di pencarian teman secara otomatis akan bisa dengan mudah menemukannya kecuali teman anda menggunakan nama palsu atau nama aneh lainnya. Selain itu, facebook juga bisa untuk saling berbagai informasi yang menarik dan bermanfaat, seperti informasi mengenai materi perkuliahan.

b. Facebook Di Kalangan Mahasiswa

Facebook merupakan satu dari beberapa media networking yang ada di internet. Jutaan pengguna dengan latar belakang pendidikan, profesi, pekerjaan, kasta dan banyak lagi yang lain yang akan bisa di temukan di facebook. Dari orang kebanyakan sampai pengusaha papan atas , birokrat sampai kalangan elit pun bisa kita jumpai.

---

[22] Madcoms. Aplikasi Program PHP + MySQL (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2009) hal: 20

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Banyak fitur fitur di dalam facebook menjadikan kita tidak bosan. Kita bisa mengirim berbagai pesan memalui layanan tersebut. Selain itu, kita juga bisa menggunakannya sebagai media pendidikan, media politik, dll. Facebook menjadi media untuk menemukan dan menjadikan komunitas yang mememiliki kepekaan dan juga kepedulian. Facebook juga bisa mempererat suatu tali persahabatan dengan manusia satu dan manusia lainnya walaupun tidak pernah bertatap mata.

c. Sistem Pembelajaran Online (Facebook)

Menurut Hengky Alexander Mangkulo, sebelum menggunakan Facebook sebagai media yang akan digunakan menjadi sarana penunjang proses belajar mengajar, terlebih dahulu dibuat sebuah desain fungsi yang dapat diaplikasikan pada sistem pembelajaran *online* yaitu sebagai berikut:[23]

1) Fungsi Untuk Penyampaian Materi Pelajaran

Banyak cara yang ditawarkan Facebook untuk menyampaikan materi yang berhubungan dengan suatu pokok bahasan dari sebuah mata pelajaran, beberapa cara tersebut adalah dengan *share link, photo, video,* membuat status yang relevan dengan pokok bahasan materi, dan membuat *resume* pokok bahasan materi dengan fitur *note* atau *docs* pada *group.*

2) Fungsi Untuk Jadwal Pelajaran dan Ujian

Guru/Dosen dapat membuat jadwal pelajaran dan jadwal ujian atau evaluasi secara *online* dengan menggunakan Facebook. Dengan adanya fungsi ini, siswa/mahasiswa dapat melihat jadwal kapan saja dan dimana saja menggunakan aplikasi acara kalender.

3) Fungsi Untuk Melakukan Diskusi

Facebook merupakan sarana untuk melakukan diskusi baik antara dosen dengan mahasiswa, maupun mahasiswa dengan mahasiswa. Dalam diskusi tersebut dapat dibahas berbagai topik yang berhubungan dengan materi mata pelajaran. Dengan adanya Facebook, diskusi materi pelajaran

[23] Hengki Alexander Mangkulo. Facebook Untuk Sekolahan (Jakarta : PT.Alex, 2010) hal: 49

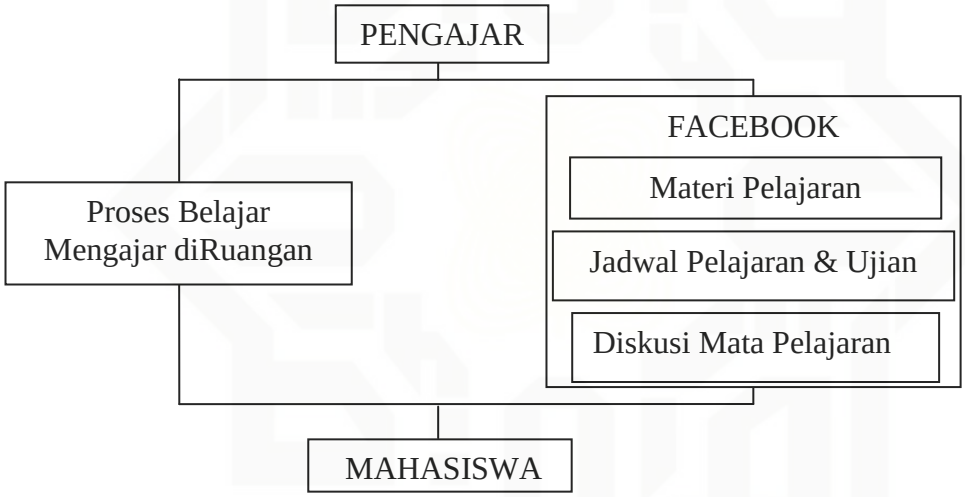
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Interaksi (diskusi) pada Facebook dapat dilakukan dengan cara-cara berikut:[24]

a) *Asynchronous* (pengajar dan pelajar tidak berada dalam waktu yang bersamaan) yakni melalui fitur *message* dan melalui fitur *comment*

b) *Synchronous* (pengajar dan pelajar berada dalam waktu yang bersamaan) yaitu interaksi dilakukan melalui fitur *chatting* yang ada pada facebook.

Desain fungsi Facebook sebagai media informasi edukatif dapat digambarkan melalui bagan seperti terlihat pada bagan berikut:



Gambar 1. Contoh Hubungan Antara Pengajar dan Pelajar (Mangkulo, 2010:50)

4. Facebook Sebagai Media Informasi Edukasi

a. Facebook Sebagai Media Informasi

Informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau saat mendatang.[25] Informasi juga merupakan kumpulan data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerima.[26]

---

[24] Lintang Patria & Kristianus Yulianto. Pemanfaatan Facebook Untuk Menunjang Kegiatan Belajar Mengajar Online Secara Mandiri (2010) hal:10

[25] Abdul Kadir. Pengenalan Sistem Informasi (Yogyakarta : ANDI, 2003) hal: 28

[26] Andri Kristanto. Perancangan Sistem Informasi dan Aplikasinya (Jakarta: Gava Media, 2003) hal: 6

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Media informasi adalah alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi, adapun penjelasan media informasi adalah alat-alat visul, grafis, fotografis atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi.[27]

Jenis-jenis Media Informasi sebagai alat yang dapat menyampaikan suatu informasi harus tepat sasaran agar dapat tersampaikan dengan baik pada target sasaran sehingga bisa bermanfaat bagi pembuat maupun penerima informasi.

Media informasi dapat dibagi menjadi beberapa kelompok yaitu:

1) Media Lini Atas, merupakan media dengan jumlah target audiens terbatas tetapi jangkauan targetnya luas, seperti billboard, iklan televisi, iklan radio, dan masih banyak lagi.
2) Media Lini Bawah, atau suatu media iklan yang tidak disampaikan atau disiarkan melalui media massa serta jangkauan target hanya berfokus pada satu titik atau daerah, seperti brosur, poster, flyer, sign system dan masih banyak lagi.
3) Media Cetak berupa brosur, koran, majalah,poster, pamphlet, spanduk, dan masih banyak lagi.
4) Media Elektronik, dengan penyampaian melalui radio, kaset, kamera, handphone, dan internet.

b. Facebook Sebagai Media Pembelajaran (Edukasi)

1) Pengertian Media Pembelajaran (Edukasi)

Edukasi merupakan proses interaktif yang mendorong terjadinya pembelajaran, dan pembelajaran adalah upaya menambah pengetahuan baru, sikap, serta keterampilan melalui penguatan praktik dan pengalaman tertentu.[28]

Media pembelajaran adalah segala sesuatu yang dapat menyampaikan dan menyalurkan pesan dari sumber secara terencana

[27] Alex Sobur. Semiotika Komunikasi. (Bandung : PT Remaja Yosdakarya, 2006)

[28] Potter & Perry. Fundamental, Edisi 7 buku 1 & 2 (Jakarta: Salemba Medika, 2009)

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

sehingga tercipta lingkungan belajar yang kondusif di mana penerimanya dapat melakukan proses belajar secara efisien dan efektif.[29]

Media pembelajaran berperan sebagai alat untuk merangsang proses belajar. Hal ini diartikan sebagai segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan (*message*), merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan kemauan siswa sehingga dapat mendorong proses belajar mengajar.[30]

Beberapa ahli berpendapat mengenai pengertian media pembelajaran, Briggs menyebutkan bahwa media adalah segala alat fisik yang dapat menyajikan pesan serta merangsang siswa untuk belajar. Sementara itu Schramm berpendapat bahwa media merupakan teknologi pembawa informasi atau pesan instruksional yang dapat dimanipulasi, dilihat, didengar dan dibaca.[31]

Sumiati dan Asra dalam bukunya memaparkan beberapa kelebihan media pembelajaran antara lain:[32]

a) menjelaskan materi pembelajaran atau obyek yang abstrak (tidak nyata) menjadi konkrit (nyata)
b) memberikan pengalaman nyata dan langsung karena siswa dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan lingkungan tempat belajarnya
c) mempelajari materi pembelajaran secara berulang-ulang
d) menarik perhatian siswa, sehingga meningkatkan minat, motivasi, aktivitas dan kreativitas belajar siswa.
e) membantu siswa belajar secara individual, kelompok, atau klasikal.
f) mengatasi keterbatasan ruang, waktu, dan indera.

---

[29] Dede Rosyada. Media Pembelajaran (Jakarta: Gaung Persada, 2008) hal: 8

[30] Sumiati dan Asra. Metode Pembelajaran (Bandung : CV Wacana Prima, 2009) hal: 160

[31] Dadang Supriatna. Pengenalan Media Pembelajaran. (Jakarta: Pusat Pengembangan Dan Pemberdayaan Pendidik Dan Tenaga Kependidikan Taman Kanak Kanak Dan Pendidikan Luar Biasa 2009) hal: 3

[32] Sumiati dan Asra. Metode Pembelajaran (Bandung : CV Wacana Prima, 2009) hal:163

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Penjelasan diatas menyimpulkan bahwa media pembelajaran adalah suatu bahan, alat atau metode yang digunakan sebagai perantara dalam proses interaksi antara pengajar dan pelajar dalam melaksanakan kegiatan belajar mengajar dalam meningkatkan minat, motivasi, aktifitas dan kreatifitas mencapai tujuan hasil belajar mengajar yang maksimal.

2) Fitur-fitur Facebook sebagai Media Pembelajaran

Banyak fitur yang ditawarkan Facebook sebagai layanan yang dapat digunakan oleh *user* dalam rangka memudahkan interaksi. Jika ditelaah lebih dalam, beberapa diantaranya dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran. Fitur-fitur tersebut adalah:[33]

a) Fitur *group*

Layanan situs jejaring sosial Facebook dalam bentuk fitur *group* ini memudahkan dalam mengelompokkan sebuah kelas atau mata pelajaran tertentu. Kelompok yang sudah ada dalam satu *group* dapat dengan mudah berdiskusi karena kesamaan tujuan. Selain itu, dengan adanya fitur *group*, memudahkan dalam hal koordinasi, dan bertukar informasi mengenai pelajaran.

b) Fitur *update status* dan *comment wall-to-wall*

Fitur ini merupakan interaksi asynchronous, yaitu interaksi dua arah secara tidak langsung dimana komunikasi ini akan terdokumentasi berdasar topik bahasan dan terurut secara waktu.

c) Fitur *note* atau *docs* pada *group*

Fitur ini sangat memudahkan guru dalam membuat dokumen baru pada Facebook, baik berupa *resume* mengenai materi yang sedang dipelajari atau menyampaikan informasi dengan lebih terstruktur dan rapi tanpa perlu membuka *link* baru.

[33] Lintang Patria & Kristianus Yulianto. Pemanfaatan Facebook Untuk Menunjang Kegiatan Belajar Mengajar Online Secara Mandiri (2010. Makalah Tidak Diterbitkan) hal:10

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

d) Fitur *share link/photo/video*

Tujuan dari fitur ini adalah memudahkan *user* dalam berbagi informasi. Guru dapat dengan mudah berbagi *link/photo/video* yang memuat *content* mengenai pelajaran yang diampunya. Hal ini memudahkan murid untuk mendapatkan sumber belajar yang terpercaya.

e) Fitur *group chatting*

Aktivitas yang dilakukan pada fitur ini merupakan interaksi dua arah secara langsung atau yang disebut dengan synchronous yang terjadi pada sebuah *group*. Fitur ini merupakan layanan yang paling memudahkan proses diskusi maupun bertukar informasi dengan cepat karena anggota *group* dapat berinteraksi secara langsung dengan sesama anggota *group* tersebut yang sedang *online.*

3) Kriteria Penilaian Facebook Sebagai Media Pembelajaran

Kriteria penilaian media pembelajaran meliputi beberapa aspek yaitu aspek rekayasa perangkat lunak, aspek desain pembelajaran dan aspek komunikasi visual. Beberapa kriteria yang terdapat dalam ketiga aspek tersebut mempunyai relevansi terhadap pemanfaatan Facebook sebagai situs jejaring sosial dengan segala kemudahan dan fasilitas yang ditawarkan untuk digunakan sebagai media pembelajaran dengan memanfaatkan beberapa fitur yang ada. Kriteria penilaian yang dimaksud adalah:[34]

a) Aspek rekayasa perangkat lunak, yakni efektif dan efisien dalam pengembangan maupun penggunaan media pembelajaran, *reliable* (handal), *maintainable* (dapat dipelihara/dikelola dengan mudah), usabilitas (mudah digunakan dan sederhana dalam pengoperasiannya), ketepatan pemilihan jenis aplikasi/*software/tool* untuk pengembangan, kompatibilitas (media pembelajaran dapat diinstalasi/dijalankan di berbagai *hardware* dan *software* yang ada), pemaketan program media pembelajaran terpadu dan mudah dalam eksekusi, dokumentasi

[34] Romi Satria Wahono. 21 Juni 2016. Kriteria Penilaian Facebook Sebagai Media Pembelajaran. http://romisatriawahono.net/2006/06/21/aspek-dan-kriteria-penilaian-media-pembelajaran/

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

program media pembelajaran yang dilengkapi petunjuk instalasi (jelas, singkat, lengkap), *trouble shooting* (jelas, terstruktur, dan antisipatif), desain program (jelas, menggambarkan alur kerja program), dan aspek reusable (sebagian atau seluruh program media pembelajaran dapat dimanfaatkan kembali untuk mengembangkan media pembelajaran lain).

b) Aspek desain pembelajaran, meliputi kejelasan tujuan pembelajaran (rumusan, realistis), relevansi tujuan pembelajaran dengan SK/KD/Kurikulum, cakupan dan kedalaman tujuan pembelajaran, ketepatan penggunaan strategi pembelajaran, interaktivitas, pemberian motivasi belajar, kontekstualitas dan aktualitas, kelengkapan dan kualitas bahan bantuan belajar, kesesuaian materi dengan tujuan pembelajaran, kedalaman materi, kemudahan untuk dipahami, sistematis, runut, alur logika jelas, kejelasan uraian, pembahasan, contoh, simulasi, latihan, konsistensi evaluasi dengan tujuan pembelajaran, ketepatan dan ketetapan alat evaluasi, serta pemberian umpan balik terhadap hasil evaluasi.

c) Aspek komunikasi visual, diantaranya komunikatif (sesuai dengan pesan dan dapat diterima/sejalan dengan keinginan sasaran), kreatif dalam ide berikut penuangan gagasan, sederhana dan memikat, audio (narasi, *sound effect*, *backsound*, musik), visual (*layout design*, typography, warna), media bergerak (animasi, *movie*), dan *layout interactive* (ikon navigasi).

c. Interaksi Edukasi

Interaksi edukatif adalah interaksi yang berlangsung dalam suatu ikatan untuk tujuan pendidikan dan pengajaran. Interaksi edukatif sebenarnya komunikasi timbal balik antara pihak yang satu dengan pihak yang lain, sudah mengandung maksud-maksud tertentu yakni untuk mencapai tujuan.

Interaksi yang dikatakan sebagai interkasi edukatif, apabila secara sadar mempunyai tujuan untuk mendidik, untuk mengantarkan anak didik

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

kearah kedewasaannya. Kegiatan komunikasi bagi diri manusia merupakan bagian yang hakiki dalam kehidupannya. Kalau dihubungkan dengan istilah interaksi edukatif sebenarnya komunikasi timbal balik antara pihak yang satu deangan pihak yang lain, sudah mengandung maksud-maksud tertentu, tidak semua bentuk dan kegiatan interaksi dalam suatu kehidupan berlangsung dalam suasana interaksi edukatif, yang didesain untuk suatu tujuan tertentu.

1) Ciri-ciri interaksi edukatif [35]
   a) Ada tujuan yang ingin dicapai.
   b) Ada bahan atau pesan yang menjadi isi interaksi.
   c) Ada pelajar yang aktif mengalami.
   d) Ada metode untuk mencapai tujuan.
   e) Ada situasi yang memungkinkan proses belajar mengajar dengan baik.
   f) Ada penilaian terhadap hasil interaksi.

2) Komponen-komponen interaksi edukatif
   a) Tujuan

      Tujuan merupakan hal yang pertama kali harus dirumuskan dalam kegiatan interaksi edukatif. Sebab tujuan dapat memberikan arah yang jelas dan pasti kemana kegiatan pembelajaran dibawa oleh guru.
   b) Bahan pelajaran

      Bahan pelajaran adalah unsur inti dalam kegiatan interaksi edukatif, sebab tanpa bahan pelajaran proses interaksi edukatif tidak akan berjalan.
   c) Metode

      Metode adalah suatu cara yang dipergunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan untuk memilih metode mengajar yaitu tujuan

[35] Hasibuan dan Moedjiono. Proses Belajar Mengajar (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1992) hal: 110

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dengan berbagai jenis dan fungsinya, anak didik dengan berbagai tingkat kematangannya' situasi dengan berbagai keadaannya' dan fasilitas dengan berbagai kualitas dan kuantitasnya [36]

d) Alat

Alat adalah segala sesuatu yang dapat digunakan dalam rangka mencapai tujuan pembelajaran.

e) Sumber

Sumber belajar dapat diperoleh dari mana saja tidak hanya dari sekolah, seperti dilingkungan sekitar, perpustakaan dll.

f) Evaluasi

Evaluasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapat data tentang sejauh mana keberhasilan anak didik dalam belajar dan keberhasilan guru dalam mengajar.

B. Kajian Terdahulu

Sebagai pembanding penelitian ini, peneliti mengambil referensi beberapa penelitian sebelumnya, yaitu :

1. Skripsi dari Aziz Bachtiar Cendikiawan mahasiswa dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga pada tahun 2015 dengan judul "Efektifitas Penggunaan Media Sosial Twitter Sebagai Media Promosi Kesehatan". Dalam skripsi ini Aziz meneliti tentang seberapa besar efektifitas penggunaan media sosial twitter sebagai media promosi kesehatan. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah media sosial twitter sudah efektif untuk menjadi media promosi kesehatan. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama melihat penggunaan media sosial sebagai media baru untuk berkomunikasi, sedangkan perbedaannya adalah aziz meneliti media sosial twitter, sedangkan peneliti meneliti media sosial facebook.

[36] Djamarah dan Zain. Srategi Belajar Mengajar (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1996) hal: 184

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Penelitian atas nama Albertus Eko Dibyoning Putra tahun 2012. Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta berjudul "Efektifitas Sosial Media Sebagai Sarana Pembentukan Engagement Antara Brand Dengan Target Audience". Dalam skripsi ini eko meneliti mengenai efektifitas sosial media sebagai sarana pembentukan *engagement* antara *brand* dengan *target audience.* Terbukti sosial media sangat efektif untuk pembentukan *engagement* antara *brand* dengan *target audience.* Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama mengukur efektifitas sosial media. Perbedaannya adalah peneliti mengukur efektifitas media sosial facebook sebagai media informasi edukatif, sedangkan eko mengukur efektifitas media sosial sebagai sarana pembentukan *engagement* antara *brand* dengan *target audience.* Perbedaan lainnya eko meneliti seluruh sosial media sedangkan peneliti hanya meneliti media sosial facebook.

Dari beberapa penelitian terdahulu tersebut, peneliti tertarik membahas masalah yang sama dengan kajian perbedaan pada media atau lokasi penelitian, kemudian penelitian ini lebih mengarah kepada sisi edukatif dari penggunaan media sosial facebook sebagai media informasi. Oleh karena itu Peneliti tertarik untuk meneliti efektifitas media sosial facebook sebagai media informasi edukatif. Sebab saya melihat media sosial facebook yang digunakan sebagai media informasi di Fakultas Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau bernilai edukatif bagi para mahasiswa, karyawan maupun dosen di fakultas tersebut.

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

C. Konsep Operasional

Konsep operasional merupakan abstraksi dari suatu realita agar dapat dikomunikasikan dan membentuk suatu teori yang menjelaskan keterkaitan antara variable baik yang diteliti maupun yang tidak diteliti.[37]

Table 2.1 Konsep Operasional

PEMBAHASAN	KRITERIA	INDIKATOR
Facebook sebagai Media Informasi Edukasi	Aspek Rekayasa Perangkat Lunak	1. Efektif dan efisien 2. Maintanable 3. Usabilitas 4. Ketepatan pemilihan tools (fitur)
	Aspek Desain Pembelajaran	1. Interaktivitas 2. Pemberian Motivasi Belajar
	Aspek Komunikasi Visual	1. Komunikatif 2. Kreatif 3. Sederhana Dan Memikat

[37] Nursalam. Konsep & Penerapan Metodologi Penelitian (Jakarta: Salemba Medika, 2003)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU