

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Media Sosial *Facebook*

1. Pengertian Media Sosial *Facebook*

Dizaman yang semakin maju, semakin lama cara berkomunikasi dan penyampaian informasi manusia semakin berkembang. Perubahan tersebut yang terjadi saat ini salah satunya karena kemunculan media sosial atau *social media*. Dari hari ke hari penggunaan media sosial kian pesat dengan semakin banyaknya media sosial baru bermunculan yang seiring pula dengan makin mudahnya akses internet di rumah-rumah, juga dengan berkembangnya teknologi telepon pintar dan tablet. Para pengguna internet dapat mengakses internet 24 jam dari *personal computer* di rumah mereka, melalui telepon pintar atau tablet mereka.

Media berasal dari bahasa latin “medium” yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Media adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan. Asosiasi Teknologi dan Komunikasi Pendidikan (*Association Of Education And Communication Technology/ACT*) di Amerika, membatasi pengertian media sebagai bentuk dan saluran yang digunakan orang untuk menyalurkan pesan atau informasi.¹

¹ Azhar Arsyad, *Media Pembelajaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2009), h. 3.

Assosiasi Pendidikan Nasional (*National Education Association/ NEA*), mengartikan media adalah bentuk-bentuk komunikasi baik tercetak maupun audiovisual serta peralatannya.²

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan/informasi dari pengirim ke penerima sehingga dapat menstimulus pikiran, perasaan, perhatian serta minat penerima informasi tersebut. Sedangkan sosial menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berarti segala sesuatu yang berkenaan dengan masyarakat.³

Media Sosial adalah medium diinternet yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.⁴

Media sosial merupakan media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial bersifat interaktif dengan berbasis teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya bersifat *broadcast media monologue* (satu ke banyak audiens) ke *social media dialogue* (banyak audiens ke banyak audiens). Media sosial turut mendukung terciptanya demokratisasi informasi dan ilmu pengetahuan yang mengubah perilaku audiens dari yang sebelumnya mengonsumsi konten beralih ke pemroduksi konten.⁵

² Arif S Sadiman, dkk, *Media pendidikan, pengertian, pengembangan, dan pemanfaatan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), h. 6.

³ KBBI, 1996, h. 958

⁴ Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), h. 13.

⁵ Ratih Dwi Kusumaningtyas, *Peran Media Sosial Online (Facebook) Sebagai Saluran Self Disclosure Remaja Putri Di Surabaya*, 2010, h. 5.

Meike dan Young mengatakan bahwa media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be share one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. Sedangkan Boyd memaparkan bahwa media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) atau interaksi konten yang dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa.⁶

Seiring dengan semakin mudahnya mengakses internet, maka semakin banyak pula media sosial yang bermunculan, seperti *facebook* yang mulai mendunia sejak tahun 2008, *twitter*, *path*, *instagram*, *tumblr*, dan masih banyak lagi. Lewat media sosial tersebut para pengguna berbagi informasi mengenai berbagai isu.

Perkembangan media sosial ini kemudian mengubah pola komunikasi masyarakat saat ini. Masyarakat kini gemar menulis komentar mengenai isu apapun, baik pribadi maupun isu sosial di dalam media sosial. Tulisan tersebut yang ditulis dalam jaringan, akan dapat langsung tersebar saat itu juga ke berbagai belahan dunia. Sehingga penyebaran informasi tidak lagi hanya melalui mulut ke mulut, namun juga lewat media sosial.

⁶Nasrullah, Rulli, *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2015), h. 12.

Facebook merupakan jejaring sosial atau sosial media yang memungkinkan para pengguna dapat menambahkan profil dengan foto, kontak, ataupun informasi. Penggunaanya dapat bergabung dalam komunitas untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya. Fitur yang ditawarkan *facebook* sebagai situs jejaring sosial atau media sosial membuat banyak orang menggunakannya.⁷

Facebook adalah website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan hubungan dan berinteraksi dengan orang lain. Orang juga dapat menambahkan teman-teman mereka, mengirim pesan, dan memperbarui profil pribadi agar orang lain dapat melihat tentang dirinya.⁸

Facebook merupakan situs jaringan sosial yang diminati oleh semua golongan masyarakat yaitu salah satunya pelajar (mahasiswa). *Facebook* dikalangan mahasiswa bukanlah hal yang asing lagi, bagi mereka *facebook* merupakan tren. Hal ini memunculkan gaya hidup baru bagi pengguna *facebook* khususnya dikalangan mahasiswa. Dimana, mereka yang memiliki *facebook* tidak ingin ketinggalan dari teman-temannya yang sudah menggunakan *facebook*, serta gengsi bila mereka dinilai ketinggalan zaman dan “tidak *up to date*” atau gaptek (gagap teknologi)” oleh teman-teman dilingkungan sekitarnya.

⁷ Ulfah Nur Aini Ningrum, *Pengaruh Tautan Berita Pada Facebook Terhadap Minat Membaca Beritanya (Studi Pada Buruh Pabrik PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang)*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, 2017, h. 3.

⁸ Muhammad Hanafi, *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Motivasi Belajar Siswa FISIP Universitas Riau*, Jurnal: JOM FISIP Vol. 3 No. 2 – Oktober 2016, h. 3.

Facebook (FB) diluncurkan pada 4 Februari 2004 yang didirikan oleh Mark Zuckerberg seorang mahasiswa Harvard kelahiran 14 Mei 1984 dan mantan murid Ardsley High School.⁹ Masa keemasan *facebook* dimulai pada 26 september 2006. Jaringan sosial ini dibuka untuk siapa saja yang memiliki e-mail yang valid. Sampai september 2008, *facebook* tersedia lebih dari 20 bahasa. Yang menarik, *facebook* dilirik banyak perusahaan besar, seperti news Corps, Yahoo dan *Google*, tetapi Zuckerberg menyatakan, *facebook* tetap independen dan dia tidak menjual perusahaan yang mengandalkan iklan banner.¹⁰

Dari definisi yang telah dijabarkan di atas maka dapat disimpulkan bahwa *facebook* adalah suatu situs jejaring sosial/*networking* yang memungkinkan penggunanya dapat berinteraksi sosial dan berbagi informasi diseluruh dunia.

Horrigan, memaparkan bahwa terdapat dua hal mendasar yang harus diamati untuk mengetahui intensitas penggunaan internet seseorang, yakni frekuensi internet yang sering digunakan dan lama menggunakan tiap kali mengakses internet yang dilakukan oleh pengguna internet.¹¹

The Graphic, Visualization & Usability Center, the Georgia Institute of Technology menggolongkan pengguna internet menjadi tiga kategori dengan berdasarkan intensitas internet yang digunakan:

- a. Heavy users (lebih dari 40 jam perbulan).

⁹ *Ibid.* h. 6.

¹⁰ Irfan Nazir, *Situs Facebook Dan Tindakan Menggunakan (Studi korelasional Antara Situs Facebook Dengan Tindakan Menggunakan Mahasiswa FISIP USU Medan)*, 2010, h. 11

¹¹ Horigan J. B, *New Internet Users: What They Do Online, What They Don't Implication For The Net's Future*, 2002, h.25

b. Medium users (antara 10 sampai 40 jamper bulan).

c. Light users (kurang dari 10 jam perbulan)¹²

Data di Alexa, menjelaskan bahwa *Facebook* adalah mesin jejaring sosial nomor satu. Dalam urutan keseluruhan situs di diunia, *Facebook* menempati rangking ke-5 setelah *yahoo*, *google*, *youtube*, dan *windows live*. Kepopuleran *facebook* di Indonesia, mulai tahun 2008 dengan jumlah spektakuler pengguna *facebook* yakni sebesar 618 %.

Setiap tahun pengguna *facebook* selalu mengalami peningkatan. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016 pengguna media sosial yang sering dikunjungi yaitu media sosial *facebook* dengan banyak pengguna 71,6 juta jiwa.¹³

Dengan melihat data di atas, apabila *facebook* dianalogikan sebagai “negara”, maka *facebook* dapat menjadi “negara paling demokratis”. Setiap orang diperbolehkan menjadi warganya, dari anak kecil hingga orang dewasa, anak jalanan hingga professor, pangangguran sampai komisaris perusahaan. Semua orang dengan status dan lapisan sosial yang berbeda-beda dapat memasuki “Negara *Facebook*” dengan sangat bebas.

Facebook merupakan salah satu produk internet, namun menjadi lebih populer daripada internet itu sendiri. Banyak orang rela mengakses internet demi *facebook*, padahal dahulunya internet bukan teknologi yang mudah bagi kebanyakan orang.

¹² Ibid, h. 25.

¹³Jubilee Enterprise, 2016, *Facebook Goes to School* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo), h. 79.

Mereka dengan kelemahan latar belakang pendidikan, usia, dan status sosial atau ekonomi mau belajar internet demi mengekspresikan dirinya pada *facebook*. Dahulunya, tukang sayur, *office boy*, pembantu rumah tangga, pedagang asongan, manula pada tahun 2003 tidak mengenal internet, namun kini mereka memiliki *facebook*.¹⁴

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial *facebook* adalah medium diinternet yang memungkinkan penggunanya bisa memperkenalkan/mengeksplorasi dirinya maupun bekerjasama, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain, serta dapat membentuk ikatan sosial secara virtual.

Pengguna *facebook* seringkali disebut *facebooker*. Mayoritas *facebooker* menggunakan *facebook* untuk terkoneksi dengan keluarga, relasi, dan teman-teman. *Facebook* menyebabkan jaringan relasi semakin luas karena penemuan-penemuan baru relasi senantiasa tercipta. Tidak hanya itu, *facebook* mampu membuka gerbang komunikasi sehingga kontak dapat terus dilakukan. Selain itu, *facebook* memiliki fasilitas *newsfeed* yang memudahkan *facebooker* mengakses informasi dengan terorganisasi dan pengingatnya seperti pemberitahuan aktivitas teman *facebooker* lain serta pesan-pesan layaknya e-mail cukup digemari banyak *facebooker*.

¹⁴ Juju Dominikus dan Sulianti Feri, , *Hitam Putih Facebook*, (Jakarta : PT Elex media Komputindo, 2010), h. 2.

Beberapa alasan membuat komunikasi dunia maya menjadi lebih nyaman dan lengkap daripada berkomunikasi langsung dengan bertatap muka pada dunia nyata. Fasilitas *facebook* yang mendukung kenyamanan serta kelengkapan komunikasi adalah *chat* dan *wall*. *Chat* ialah fasilitas *facebook* yang dapat digunakan untuk berinteraksi langsung dengan syarat penggunanya harus terkoneksi dalam jaringan (*online*), sehingga dapat terjadi komunikasi langsung. *Wall* merupakan fasilitas *facebook* untuk saling mengirimkan pesan/informasi bagi sesama pengguna *Facebook*, pesan tersebut dapat dilihat secara umum dan tercantum waktu pengirimannya. Bahkan *facebook* memungkinkan penggunanya untuk memberikan hadiah virtual pada rekan di *facebook*, beberapa diantara pilihan *gift* membutuhkan biaya tambahan.

Facebook dapat menjadi alternatif komunikasi yang digemari banyak orang. Terlebih lagi bagi orang yang memiliki kepribadian tertutup, pemalu, ataupun pendiam. Berkomunikasi melalui *facebook*, tidak perlu memperlihatkan diri secara fisik, misalnya saling bertatap muka. Apabila ingin menjalin pertemanan dengan *facebooker* lain, maka cukup meng-klik pada fasilitas menambah teman dan melakukan verifikasi. *Facebook* pun memiliki fitur dan konten yang sangat variatif dan inovatif (termasuk fitur games, survey, aplikasi, dan lainnya). Hal ini pula yang menjadikan *facebook* banyak diminati orang sehingga menjadi media jejaring sosial.

Mark Zuckerberg menulis alasan evolusi *facebook*, yaitu:

“Facebook’s mission is to give people the power to share and make the world more open and connected. In the last four years, we’ve built new products that help people share more, such as photos, videos, groups, events, wall

posts, status updates, and soon.” (Misi *Facebook* adalah memberi orang kekuatan untuk berbagi dan membuat dunia lebih terbuka dan terhubung. Empat tahun yang lalu, kami membangun produk-produk baru yang menolong orang lebih berbagi, seperti foto-foto, video-video, peristiwa - peristiwa, menulis pesan di dinding *Facebook*, meng-*update status*, dan seterusnya.)¹⁵

Jadi, misi *Facebook* adalah “*power share*”, semua orang yang terkoneksi di *Facebook* dapat saling berbagi dan berinteraksi. Maka dari itu beberapa fitur dan produk layanan dibuat.

Pada dasarnya *facebook* dibuat dengan niat baik dan benar-benar mengusung nilai-nilai pertemanan yang “kental”. Hal itu dapat dilihat pada fitur dan kemampuan seperti membuat pertemanan dan terus dapat berhubungan dengan teman-teman atau relasi, *personal whiteboards* atau umumnya disebut “*walls*”, membuat *group*, tergabung kedalamnya, *advertising parties*”*events*”, mengirimkan pesan personal layaknya *e-mail*, saling meng-*upload* dan *sharing image*, *campus advertising*, dan membuat pernyataan status.

Facebook memiliki berbagai kelebihan diantaranya sebagai berikut:

- a. Kemampuan membangun jaringan suatu kelompok lebih cepat dan informatif.
- b. Layanan jaringan/network yang bisa disorting sesuai dengan posisi kita. Dari start awal pembuatan *account* disesuaikan berdasarkan negara. Sehingga lebih mempermudah menemukan teman.

¹⁵ Juju Dominikus dan Sulianti Feri, 2010, *Hitam Putih Facebook*, (Jakarta : PT Elex media Komputindo), h. 6.

- c. Layanan grup di *facebook* lebih terfokus. Dimana membentuk suatu komunitas online seperti testimonial *wall to wall*, foto, forum diskusi dan lain sebagainya.
- d. Layanan selling, artinya sebagai tempat menawarkan barang kepada *user facebook*.
- e. Layanan status update, kapan saja dan dimana saja yang terpenting dalam keadaan online.
- f. Layanan *mobile access* yaitu layanan untuk mobile dengan feature untuk mengirim sebuah pesan/informasi.
- g. Layanan chat (saling mengomentari dan menanggapi) informasi dengan pengguna *facebook* yang sedang online.¹⁶

Facebook memiliki keunggulan lain pula yakni, *clean layout*, yaitu *layout* yang sangat baik walaupun terdapat beberapa menu yang posisinya tidak mudah ditemukan. Disamping itu, *facebook* mengalami evolusi tampilan dengan selalu melakukan *make over* hampir di setiap tahunnya.

2. Karakteristik Media Sosial *Facebook*

Media sosial *facebook* dalam menyampaikan/mempublikasikan informasi mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Informasi yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun menjangkau banyak orang.

¹⁶ Irfan Nazir, *Situs Facebook Dan Tindakan Menggunakan (Studi korelasional Antara Situs Facebook Dengan Tindakan Menggunakan Mahasiswa FISIP USU Medan)*, 2010, h. 43

- b. Informasi yang disampaikan itu bebas tanpa harus melalui suatu Gatekeeper
- c. Informasi yang disampaikan cenderung lebih cepat dibandingkan dengan media yang lain.
- d. Informasi yang dipublikasikan dapat diakses dengan cepat oleh pengguna *facebook*.
- e. Informasi yang telah dipublikasikan dapat disunting sesuai dengan kebutuhan (tidak permanen).¹⁷

3. Peranan Media Sosial *Facebook*

Para akademis merupakan salah satu pihak yang sangat diuntungkan dengan kemunculan media sosial. Berbagai informasi, referensi, jurnal maupun hasil penelitian yang dipublikasikan melalui media sosial tersedia dalam jumlah yang berlimpah. Kemunculan media sosial ini bukanlah pengganti sistem pendidikan. Tetapi kehadiran media sosial ini lebih bersifat suplemen dan pelengkap atau sebagai media dalam mempermudah akses informasi.

Adapun peran media sosial menurut McQuail dalam Setiawan ada enam yaitu:¹⁸

- a. Media sosial sebagai *window on event and experience*, yakni dipandang sebagai jendela yang memungkinkan masyarakat melihat apa yang sedang

¹⁷ Mardiana Wati & A. R Rizky, 5 Jam Belajar Cepat Menggunakan *Facebook*, Bandung: Yrama Widya, 2009, h. 3

¹⁸Setiawan, Aria aditya. *Peran Media Masa dalam Meningkatkan Kualitas Kepemerintahan Lokal Berbasis Human Security di Kota Jayapura*, Semarang, Universitas Diponegoro *ejournal*.<http://ejournal.undip.ac.id/index.php/politika/article/download/5096/4621>

terjadi di luar sana. Atau media merupakan sarana belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa.

- b. Media sosial sebagai *a mirror of event in society and the world, implying a faithful reflection*. Cermin berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia, yang merefleksikan apa adanya. Karenanya para pengelola media sering merasa tidak “bersalah” jika isi media penuh dengan kekerasan, konflik, pornografi dan berbagai keburukan lain, karena memang menurut mereka faktanya demikian, media hanya sebagai refleksi fakta, terlepas dari suka atau tidak suka. Padahal sesungguhnya, angle, arah dan framing dari isi yang dianggap sebagai cermin realitas tersebut diputuskan oleh para profesional media, dan masyarakat tidak sepenuhnya bebas untuk mengetahui apa yang mereka inginkan.
- c. Media sosial sebagai filter, atau gatekeeper yang menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak. Media senantiasa memilih isu, informasi atau bentuk content yang lain berdasar standar para pengelolanya. Disini masyarakat “dipilihkan” oleh media tentang apa-apa yang layak diketahui dan mendapat perhatian.
- d. Media sosial seringkali pula dipandang sebagai guide, penunjuk jalan atau interpreter, yang menerjemahkan dan menunjukkan arah atas berbagai ketidakpastian, atau alternatif yang beragam.

- e. Media sosial sebagai forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada masyarakat, sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik.
- f. Media sosial sebagai interlocutor, yang tidak hanya sekedar tempat berlalu lalangnya informasi, tetapi juga partner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif.

Berdasarkan keenam peran media sosial dapat disimpulkan peran media masa dalam kehidupan sosial bukan sekedar sarana diversion, pelepas ketegangan atau hiburan, tetapi isi dan informasi yang disajikan, mempunyai peran yang signifikan dalam proses sosial. Isi media sosial merupakan konsumsi otak bagi masyarakatnya, sehingga apa yang ada di media sosial akan mempengaruhi realitas subjektif pelaku interaksi sosial.

Heather Wolpert Gawron, seorang praktisi pendidikan dari Amerika Serikat, menyimpulkan bahwa: *“Facebook was also a place of professional learning and development”*. Facebook berpotensi sebagai media pembelajaran dan pengembangan profesionalisme seorang guru.

B. Hakikat Manajemen Publikasi Informasi

1. Pengertian Manajemen

Manajemen sering diartikan sebagai ilmu (*science*), kiat (*stiff*), dan profesi (*profession*). Dikatakan sebagai ilmu oleh Luther Gulick karena manajemen dipandang sebagai suatu bidang pengetahuan yang sistematis berusaha memahami

mengapa dan bagaimana orang bekerjasama. Dikatakan sebagai kiat oleh Follet karena manajemen mencapai sasaran melalui cara-cara dengan mengatur orang lain dalam menjalankan tugas. Manajemen sebagai profesi karena manajemen dilandasi oleh keahlian khusus dan dalam mencapai hasil belajar dalam manajemen juga dibutuhkan kode etik.¹⁹ Secara etimologi manajemen berasal dari bahasa Inggris yaitu kata kerja *to manage* yang berarti mengurus, mengatur, melaksanakan dan mengelola.²⁰

Manajemen secara bahasa merupakan suatu proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Menurut Henry *management is the coordination of all resources through the processes of planning, organizing, directing, and controlling in order to attain stated objectives.*²¹ Manajemen diartikan sebagai koordinasi semua sumber tenaga melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pemberian bimbingan dan pengendalian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Jusuf Udaya mengutip dari Kathryn M. Bartol dan David C. Marten manajemen adalah proses untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan melakukan kegiatan-kegiatan dari empat fungsi utama yaitu merencanakan (*planning*), mengorganisasikan (*organizing*), memimpin (*leading*), dan mengendalikan (*controlling*). Dengan demikian manajemen adalah kegiatan yang berkesinambungan.²²

¹⁹Nanang Fatah, *Landasan Manajemen Pendidikan* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004), h. 1.

²⁰John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia* (Jakarta: PT. Gramedia, 2005), h. 372.

²¹Henry L. Sisk, *Principle of Management: A System Approach to the management process* (England: South-Western Publishing Company, 1999), h. 10.

²²Kadarman, SJ dan Jusuf Udaya, *Pengantar Ilmu Manajemen* (Jakarta: Prenhallindo, 2001), h. 9.

Manajemen dalam islam didasarkan pada hadits Rasullulah SAW yang diriwayatkan oleh Bukhari:

إلى غير أهله فانتظر الساعة

Artinya:

“Apabila suatu urusan diserahkan kepada orang yang bukan ahlinya maka tunggulah saat kehancuran” (HR. Bukhari)²³

Hadits tersebut menegaskan bahwa di dalam islam manajemen sangat ditekankan dalam setiap aktivitas kehidupan manusia termasuk aktivitas pendidikan yang dilakukan di lingkungan formal seperti perguruan tinggi. Suatu kegiatan berjalan secara baik dan teratur apabila dalam pelaksanaannya didasarkan pada manajemen yang baik dan dikelola oleh orang yang ahli dibidangnya, serta didukung oleh kepentingan yang tepat dan sesuai.

Ada tiga hal yang penting untuk diperhatikan dari definisi manajemen yaitu, proses, pendayagunaan seluruh sumber daya organisasi dan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah proses merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan, mengawasi, dan mendayagunakan seluruh sumber daya yang dimiliki organisasi untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

²³Imam Bukhori, *Shohih Bukhori*, Juz I (Bairut: Daar Al Kutub, 1994), h. 24.

Pada tahap pelaksanaan manajemen memiliki tugas-tugas khusus yang harus dilaksanakan. Tugas-tugas khusus itulah yang biasa disebut sebagai fungsi-fungsi. Ernie Tisnawati Sule dalam bukunya yang berjudul pengantar manajemen mengatakan bahwa Fungsi-fungsi manajemen adalah serangkaian kegiatan yang dijalankan dalam manajemen berdasarkan fungsinya masing-masing dan mengikuti satu tahapan tertentu dalam pelaksanaannya.²⁴

Para ahli manajemen mempunyai pendapat yang beranekaragam tentang fungsi manajemen menurut Fayol fungsi manajemen terdiri dari *planning, organizing, commanding, coordinating, dan controlling*. Gulich membagi fungsi manajemen menjadi *planning, organizing, staffing, directing, controlling, reporting, dan budgeting* yang dikenal dengan POSDCORB. Fungsi manajemen, yang diterangkan oleh Nickels, McHugh terdiri dari empat fungsi, yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengimplementasian (*directing*), dan pengendalian atau pengawasan (*controlling*).²⁵

Fungsi manajemen yang dikemukakan oleh Nickels, McHugh senada dengan yang dikemukakan oleh G. Terry yang menyatakan empat fungsi manajemen yang dikenal dengan POAC (*planning, organizing, Actuating, controlling*).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa fungsi manajemen secara umum yang sering digunakan dalam sebuah lembaga pendidikan atau instansi adalah perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan.

²⁴Ernie Tisnawati Sule dan Kurnia Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), h. 8.

²⁵*Ibid.*, h. 8.

a. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan adalah salah satu fungsi awal dari aktivitas manajemen dalam mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Anderson dan Bowman menyatakan perencanaan adalah proses mempersiapkan seperangkat keputusan bagi perbuatan dimasa datang. Definisi ini mengisyaratkan bahwa pembuatan keputusan merupakan bagian dari perencanaan yang di dalam prosesnya memerlukan tahapan proses yang rasional dan sistematis.

George R. Terry mengemukakan perencanaan adalah “*Planning is the selecting and relating of fact and the making and using of assumption regarding the future in the visualization and formulating of proposed activities believed necessary to achieve desire result.*”²⁶

Berdasarkan pengertian perencanaan menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa perencanaan adalah proses penentuan tujuan dan tata cara pelaksanaan kegiatan dengan memilih alternatif yang dianggap paling baik diantara beberapa alternatif yang ada.

Di dalam membuat suatu perencanaan terlebih dahulu harus menjawab pertanyaan-pertanyaan pokok yang terkait dengan perencanaan (*basic question of planning*) yang terdiri dari 5W + 1H (*what, why, where, who, when, how*). Dengan demikian perencanaan dapat dihasilkan dengan baik, resiko yang akan dihadapi relatif kecil, dan dapat dilaksanakan dengan mudah. Stoner James, AF. Merumuskan empat langkah dalam proses perencanaan sebagai berikut:

²⁶Erdiyanti, *Dasar-dasar Manajemen* (Kendari: CV. Shadra, 2009), h. 84.

1. Menetapkan tujuan atau seperangkat tujuan. Perencana (*planner*) terlebih dahulu menetapkan apa yang dibutuhkan oleh organisasi sehingga sumber daya organisasi dapat berdaya guna dan dapat dimanfaatkan secara efektif dan efisien.
2. Mendefinisikan situasi yang berkaitan tentang informasi seberapa jauhkah organisasi dengan sasarannya.
3. Mengidentifikasi hal-hal yang membantu dan menghambat tujuan.
4. Mengembangkan rencana atau perangkat tindakan untuk mencapai tujuan.²⁷

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa prosedur dari perencanaan terdiri dari menetapkan atau merumuskan tindakan-tindakan yang dianggap perlu untuk mencapai tujuan, mengumpulkan data dan informasi, mengidentifikasi hal-hal yang menjadi faktor pendukung dan penghambat tujuan, serta merumuskan rencana dalam bentuk rangkaian tindakan untuk mencapai tujuan.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa syarat-syarat dari perencanaan yang baik terdiri dari tujuan yang jelas, bersifat sederhana, terinci, fleksibel, seimbang, efektif, efisien, bersifat obyektif dan rasional serta tidak ada duplikasi pelaksanaan.

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian diartikan sebagai kegiatan membagi pekerjaan kepada individu yang terlibat dalam suatu organisasi.

“Malayu mengatakan bahwa pengorganisasian adalah suatu proses penentuan, pengelompokan, dan pengaturan bermacam-macam aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan, menempatkan orang-orang pada setiap aktivitas ini, menyediakan alat yang diperlukan, menetapkan wewenang secara relatif didelegasikan kepada setiap individu yang akan melakukan aktivitas-aktivitas tersebut.”²⁸

²⁷*Ibid.*, h. 95.

²⁸*Ibid.*, h. 40.

Ernest Dale, menyatakan bahwa pengorganisasian adalah proses yang berlandaskan jamak.²⁹ Sedangkan menurut Winardi pengorganisasian adalah proses dimana pekerjaan yang ada dibagi dalam komponen-komponen yang dapat ditangani dan aktivitas mengkoordinasi hasil-hasil yang akan dicapai sehingga tujuan yang ditetapkan dapat tercapai.³⁰

“ G.R Terry mengatakan bahwa *Organizing is the establishing of effective behavioral relationships among persons so that they may work together efficiently and again personal satisfactions for future purpose of achieving some goals of objective.* Pengorganisasian adalah tindakan mengusahakan hubungan-hubungan kelakuan yang efektif antara orang-orang, sehingga mereka dapat bekerja sama secara efisien, dan dengan demikian memperoleh kepuasan pribadi dalam hal melaksanakan tugas-tugas tertentu dalam kondisi lingkungan tertentu guna mencapai tujuan atau sasaran tertentu.”³¹

Berdasarkan pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa pengorganisasian adalah proses penetapan pekerjaan yang harus dikerjakan, pengelompokan tugas, dan pembagian pekerjaan kepada setiap individu organisasi sehingga memiliki tanggung jawab, tugas dan kegiatan yang berkaitan dengan fungsi organisasi dalam mencapai tujuan yang disepakati bersama melalui perencanaan.

Pada dasarnya pengorganisasian adalah proses pembagian tugas dan tanggung jawab berdasarkan pada keahlian yang dimiliki oleh masing-masing individu dalam organisasi.

Dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan, maka dalam pengorganisasian harus diperhatikan beberapa prinsip yaitu:

1. Perumusan tujuan organisasi
2. Pembagian pekerjaan

²⁹Nanang Fatah, *op. cit.*, h.71.

³⁰Syafaruddin dkk, *Manajemen Pembelajaran* (Jakarta: Quantum Teaching, 2005), h. 72.

³¹Malayu, *op. cit.*, h.40.

3. Kontinuitas dan fleksibilitas
4. Pendelegasian wewenang
5. Kesatuan arah
6. Kesatuan komando
7. Rentangan kekuasaan
8. Koordinasi
9. Penempatan personalia
10. Efisiensi³²

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa organisasi akan dikatakan baik apabila prinsip-prinsip pengorganisasian senantiasa diterapkan dengan baik.

c. Pelaksanaan (*actuating*)

Pelaksanaan atau *actuating* menurut Koontz dan O'Donnel adalah hubungan erat antara aspek-aspek individual yang ditimbulkan dari adanya pengaturan terhadap karyawan untuk dapat dimengerti dan pembagian kerja yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan yang nyata.

Pengertian yang dikemukakan oleh Koontz dan O'Donnel tersebut tidak jauh berbeda dengan pengertian yang dikemukakan oleh GR. Terry yang mendefinisikan pelaksanaan (*actuating*) sebagai usaha menggerakkan anggota kelompok sedemikian rupa sehingga mereka berkeinginan dan berusaha untuk mencapai sasaran organisasi yang bersangkutan dan sasaran anggota organisasi, karena para anggota ingin mencapai sasaran tersebut.³³ *Actuating* merupakan implementasi dari apa yang

³²Erdiyanti, *op. cit.*, h. 120.

³³Akhmad Sudrajat, *Konsep Manajemen Sekolah*, <http://akhmassudrajat.wordpress.com,> 2016/0/2/04/konsep-manajemen-sekolah

direncanakan dalam fungsi *planning* dengan memanfaatkan persiapan yang sudah ada dilakukan *organizing*.³⁴

Berdasarkan definisi para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan atau *actuating* adalah kegiatan untuk mengarahkan orang lain agar memiliki keinginan dan kemampuan untuk bekerja atau melakukan apa yang telah direncanakan dalam rangka mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

d. Pengawasan (*controlling*)

Pengawasan atau *controlling* merupakan fungsi terakhir yang ditempuh dalam seluruh rangkaian kegiatan manajerial. Pengawasan merupakan proses pengamatan terhadap kegiatan organisasi untuk menjamin agar semua pekerjaan yang dikerjakan sesuai dengan rencana dalam rangka mencapai tujuan yang sesuai dengan perencanaan.³⁵

Pengawasan dalam suatu organisasi merupakan sesuatu yang sangat dibutuhkan. Pertama karena dalam organisasi terdiri dari beberapa individu yang memiliki tujuan masing-masing yang terkadang berbeda dengan tujuan organisasi. Kedua terdapat rentang waktu yang relatif lama antara waktu perumusan tujuan dengan waktu pencapaian tujuan. Dengan rentang waktu tersebut hal-hal yang ada di luar organisasi dapat saja terjadi sehingga menyebabkan terjadinya perbuatan yang tidak sesuai dengan yang dikehendaki.

³⁴Wibowo, *Manajemen Perubahan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 13.

³⁵Komaruddin, *Ensklopedia Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 1994), h. 163.

Oleh karena itu Setiap individu dalam organisasi harus menyadari bahwa pengawasan merupakan elemen yang strategis dalam suatu organisasi agar tidak terjadi berbagai penyimpangan yang dapat menghambat tercapainya tujuan yang ingin dicapai.³⁶ Pengawasan merupakan fungsi yang mengusahakan adanya keserasian antara rencana dan aktualisasi. Pengawasan dapat diartikan sebagai proses monitoring kegiatan-kegiatan, tujuannya untuk menentukan harapan-harapan yang telah dicapai dan dilakukan perbaikan-perbaikan terhadap penyimpangan-penyimpangan yang terjadi. Harapan-harapan yang dimaksud adalah tujuan-tujuan yang telah ditetapkan untuk dicapai dan program-program yang telah direncanakan untuk dilakukan pada periode waktu tertentu.³⁷

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pengawasan adalah keseluruhan dari kegiatan untuk menjamin dan memastikan bahwa semua kegiatan dilaksanakan dan memperoleh hasil yang sesuai dengan perencanaan.

b. Pengertian Publikasi Informasi

Publikasi menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah penyiaran.³⁸ Menurut kamus istilah Periklanan Indonesia, Publikasi adalah setiap materi yang dicetak, diterbitkan, serta diedarkan untuk disampaikan pada khalayak umum dalam format apapun seperti majalah dan surat kabar.

³⁶Hasan Basri, *Pengantar Manajemen* (Kendari: CV. Shadra, 2009), h. 59.

³⁷Ibrahim Bafadal, *Manajemen Peningkatan Mutu Sekolah Dasar; Dari Sentralisasi Menuju Desentralisasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), h. 46.

³⁸ W. J. S. Poerwadarminta, "*Kamus Besar Bahasa Indonesia*", (Balai Pustaka: Jakarta, , 1976)

Onong Uchjana menjabarkan pengertian publikasi sebagai berikut :

- a. Publikasi adalah kegiatan menyebarluaskan informasi kepada khalayak dengan menggunakan media komunikasi.
- b. Informasi sebagai hasil menyebarluaskan melalui media komunikasi.³⁹

Philip dan Herbert dalam Rosady Ruslan mengatakan bahwa “publikasi merupakan tugas humas dalam menceritakan atau menyampaikan informasi sebanyak mungkin pesan atau informasi mengenai kegiatan perusahaan kepada masyarakat luas”.⁴⁰

Kustadi Suhadang mengartikan “publikasi sebagai kegiatan yang membuat publik tahu, lebih tepatnya diartikan sebagai pengolahan dan penyebaran tulisan untuk konsumsi publik, termasuk informasi yang tertuang pada buku, teks, seperti non-fiksi, surat kabar, dan lainnya”.⁴¹

Publikasi merupakan suatu kegiatan dalam menyampaikan dan menyebarluaskan pesan atau informasi yang berkaitan dengan lembaga atau organisasi kepada publik internal maupun eksternal dengan menggunakan media komunikasi sebagai saluran penyampaian pesan yang efektif.⁴²

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa publikasi merupakan suatu kegiatan komunikasi berupa menyiarkan, menerbitkan, mengedarkan, dan

³⁹ Effendy, Onong Uchjanah, *Hubungan Masyarakat : Suatu Studi Komunikologis*, (Bandung: PT Rosdakarya, 1998), h. 292.

⁴⁰ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*, edisi revisi, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2006), h. 54.

⁴¹ Kustadi Suhadang, *Public Relations Perusahaan* (Bandung: Karya Nusantara, 1973), h. 75

⁴² Adi Nugroho Rahutomo, *Strategi Humas Dalam Mempublikasikan Informasi Pelayanan Publik Pada PT PLN (Persero) Rayon di Samarinda Ilir*, eJournal Ilmu komunikasi, Volume 1, Nomor 2, 2013: 324 - 340

menyampaikan suatu materi, seperti objek, ide, gagasan dan informasi yang disampaikan pada khalayak umum atau masyarakat melalui media/apapun.

McLeod, mengatakan bahwa informasi adalah data yang telah diproses atau memiliki arti. Adapun karakteristik penting yang harus dimiliki oleh informasi, seperti: relevansi, akurat, ketetapan waktu dan kelengkapan.⁴³

Informasi yang ditawarkan di internet sangat beragam jenisnya. Bahan-bahan pustaka yang dapat diperoleh melalui media internet termasuk artikel lepas, artikel jurnal elektronik, makalah simposium dan konferensi, disertasi, karya pre-print, karya lama berbasis kertas, berita, katalog perpustakaan, katalog produk, data statistik, sampai dengan formula/paten, produk multi media seperti suara/lagu, gambar/foto, perangkat lunak, video/film, games, animasi, dan masih banyak lagi.

Demikian banyaknya bahan-bahan pustaka tersedia di internet dan selalu bertambah dan berkembang melebihi kecepatan penambahan bahan berbasis cetak. Hal ini akan mempermudah dan mempercepat untuk memperoleh bahan pustaka, namun juga membawa konsekuensi bagi penggunaannya. Hingga untuk mendapatkannya diperlukan strategi dan teknik agar penelusuran tersebut bisa efektif dan efisien.

Suatu kegiatan publikasi bertujuan sebatas menginformasikan dan memberitahukan suatu materi pada khalayak umum. Kegiatan publikasi memerlukan media penyampaian dan penerima pesan.

⁴³ McLeod, Raymond, Jr Schell, George P, *Sistem Informasi Manajemen, Edisi 10*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008)

Penyebaran informasi lewat media sosial memiliki dampak yang lebih besar karena cakupannya yang meliputi seluruh dunia yang terkoneksi lewat jaringan. Berkembangnya kepopuleran media sosial yang begitu pesat tidak lain karena media sosial sangat efektif dan efisien dalam penyebaran informasi dan meminimalkan salah paham dalam penyampaian pesan.

Dalam penyebaran informasi, internet (dalam hal ini media sosial) telah meminimalkan biaya dan waktu dalam penyampaiannya. Penyampaian informasi yang dahulu hanya dapat dilakukan kepada segelintir orang, kini dapat disampaikan hingga kepada milyaran orang. Penyampaian yang dilakukan lewat medium tulisan juga meminimalkan salah tafsir akan pesan yang disampaikan karena pesan yang disampaikan terekam jelas lewat medium tersebut. Oleh karena itu, jelas sekali bahwa media sosial merupakan alat komunikasi yang murah dan mampu menjangkau banyak kalangan, sehingga cocok sebagai medium dalam mempublikasikan informasi.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa publikasi informasi adalah suatu kegiatan komunikasi berupa menyiarkan, menerbitkan, mengedarkan, dan menyampaikan suatu data atau materi yang akurat, relevan dan rasional kepada khalayak umum atau masyarakat dengan melalui beragam media.

c. Manajemen Publikasi Informasi

Manajemen Publikasi Informasi dapat diartikan sebagai penerapan fungsi-fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan

penilaian/evaluasi) dalam kegiatan kehumasan, yakni dalam menyelenggarakan publikasi informasi.

kegiatan kehumasan dalam hal ini sebagai kegiatan komunikasi antara organisasi dan para publiknya. Grunig dan Hunt menyatakan humas sebagai manajemen komunikasi antara sebuah organisasi dengan berbagai publiknya.⁴⁴ Artinya, kegiatan humas pada dasarnya adalah kegiatan komunikasi antara sebuah organisasi atau perusahaan dan berbagai publik-publiknya. Sehingga dalam menyelenggarakan publikasi informasi dibutuhkan adanya penerapan manajemen yang baik.

C. Penelitian Relevan

Penelitian ini membahas tentang peranan media sosial *facebook* dalam manajemen publikasi informasi Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Kendari. Penelitian yang penulis lakukan relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Hasnah (09010101110) dengan judul efektivitas pemanfaatan internet sebagai sarana belajar di MTs.N Unaaha Kabupaten Konawe. Dengan hasil sebagai berikut yaitu: pemanfaatan media sosial (internet) di Madrasah itu yakni mempermudah dan mempercepat siswa dalam mencari sumber informasi dan pembelajaran serta berfungsi juga sebagai media pembelajaran dalam menghilangkan kendala tempat, karena siswa dapat mempercepat dan mempermudah dalam mengakses materi pelajaran serta siswa dapat belajar walau pengajar berada ditempat yang berbeda,

⁴⁴ Hunt, T. & Grunig, J.E. (1994). *Public Relations Techniques*. Fort Worth: Harcourt Brace College Publishers

sehingga secara tidak langsung akan membantu penggunaan waktu secara efektif dan meringankan beban guru yang bersangkutan.⁴⁵

Penelitian relevan selanjutnya dilakukan oleh Riya Widayanti, dengan judul Pemanfaatan Media Sosial Untuk Penyebaran Informasi Kegiatan Sekolah Menengah Kejuruan Pasundan Tangerang. Hasil penelitiannya, yakni media sosial sangat mudah digunakan dibandingkan dengan pengelolaan web yang membutuhkan tenaga administrator. Penyebaran informasi pun lebih efektif sehingga segala informasi yang berkaitan dengan akademik mampu diketahui oleh kalangan stakeholder sekolah, yakni guru, siswa, orang tua siswa dan pemerhati lembaga tersebut.⁴⁶

Penelitian relevan lainnya dilakukan oleh Ita Fachriyah & LM. Tajidun, dengan judul Implementasi SMS Gateway dan Papan Pengumuman Digital Penyebaran Informasi Kegiatan Akademik. (Studi Kasus : Jurusan Teknik Informatika Universitas Halu Oleo). Metode dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Hasil penelitian, yakni penyebaran informasi dengan menggunakan Papan Pengumuman Digital dan SMS Gateway atau Publikasi Informasi melalui sistem internet lebih optimal dan efisien dibandingkan dengan penggunaan papan informasi manual (mading).⁴⁷

⁴⁵ Hasnah (Mahasiswa IAIN Kendari), 2015, *Efektivitas Pemanfaatan Internet Sebagai Sarana Belajar di MTs. N Unaaha Kabupaten Konawe*.

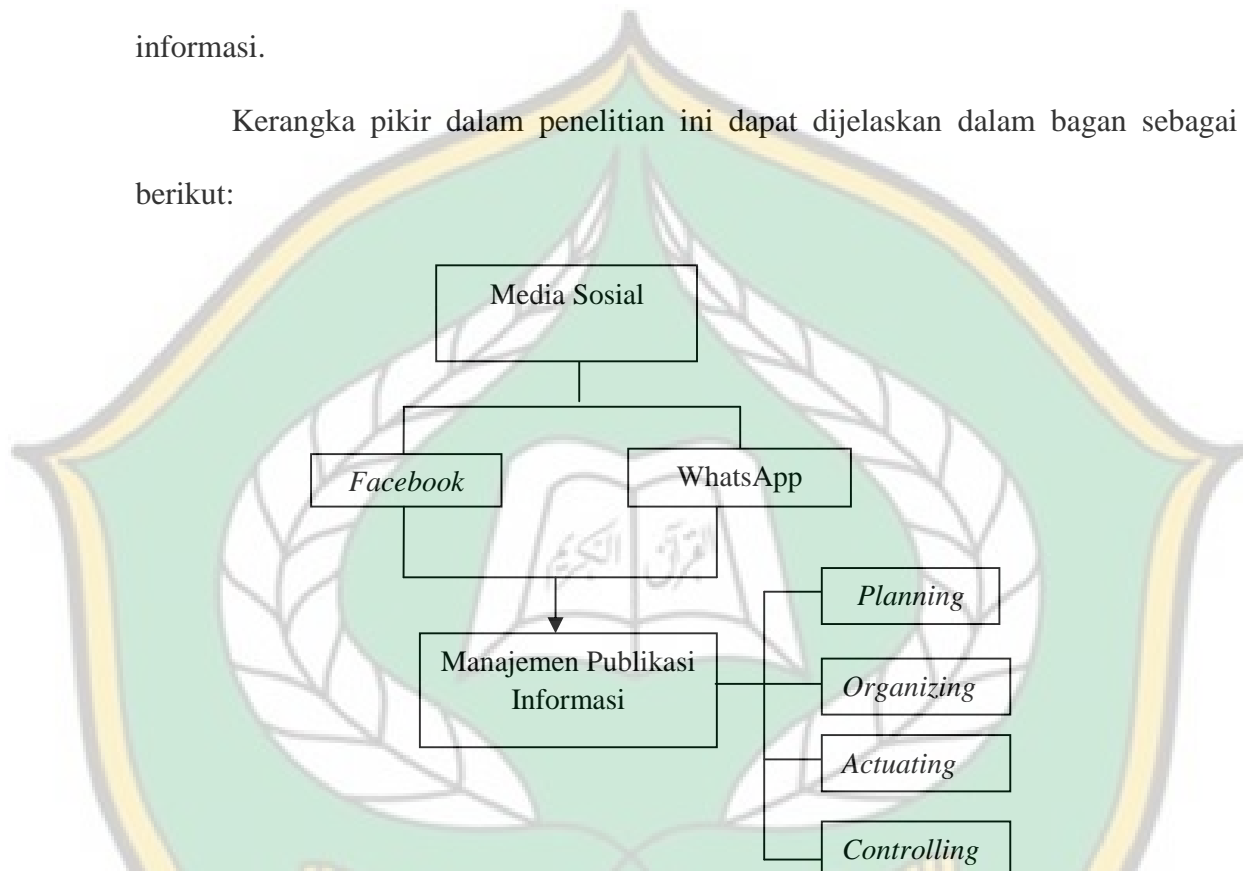
⁴⁶ Riya Widayanti, 2015, *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Penyebaran Informasi Kegiatan Sekolah Menengah Kejuruan Pasundan Tangerang*

⁴⁷ Ita Fachriyah & LM. Tajidun, (Mahasiswa Universitas Halu Oleo Kendari), 2015, *Implementasi SMS Gateway dan Papan Pengumuman Digital Penyebaran Informasi Kegiatan Akademik. (Studi Kasus : Jurusan Teknik Informatika Universitas Halu Oleo)*.

D. Kerangka Pikir

Dalam penelitian ini, kerangka pikir akan menjadi landasan untuk menjelaskan bagaimana peranan media sosial *facebook* dalam manajemen publikasi informasi.

Kerangka pikir dalam penelitian ini dapat dijelaskan dalam bagan sebagai berikut:



Gambar 1. Skema Kerangka Pikir Penelitian

Berdasarkan bagan gambar 1 tersebut, maka penelitian ini akan mendeskripsikan peranan media sosial dalam menyebarkan informasi melalui dua media *online* yakni *facebook* dan *WhatsApp*. Kemudian dalam menyelenggarakan publikasi informasi, pihak humas (hubungan masyarakat) senantiasa menerapkan fungsi manajemen yakni melalui perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi/pengawasan.