



EFEKTIFITAS PENGGUNAAN MULTIMEDIA GAMBAR DI DALAM FACEBOOK

Ari Yunus Hendrawan¹⁾, Mambang²⁾, Riang Hati Waruwu³⁾

¹⁾STMIK AKI PATI

²⁾Universitas Muhammadiyah Palangka Raya

³⁾STMIK AKI PATI

Abstrak

Facebook menjadi media sosial yang populer kedua setelah Whatsapp di tahun 2017. Meningkatnya jumlah pengguna Facebook. Facebook memiliki fitur – fitur gambar yang banyak, salah satunya gambar foto profil dan masih banyak lagi. Salah satu untuk melihat gambar di dalam facebook adalah dengan membuka foto profil seseorang, Dari situlaah kita bisa melihat gambar seseorang, Dan kita masih bisa melihat gambar seseorang dari beranda facebook, gambar di facebook diasanya berbentuk animasi dan berbentuk foto, gambar di facebook biasanya berfungsi sebagai menjual barang atau menyimpan gambar foto seseorang.

Kata Kunci: Digital Facebook, Gambar, Foto profil.

PENDAHULUAN

Facebook salah satu jenis jejaring sosial yang didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama rekan mahasiswanya. Pada awalnya keanggotaan hanya terbatas pada mahasiswa Harvard saja, kemudian keanggotaan diperluas hingga ke perguruan lain seperti Boston, Ivy League, dan Universitas Stanford, kemudian menerima keanggotaan dari mahasiswa di universitas lain. Facebook diluncurkan pada Februari 2004 lalu, Facebook kini telah memiliki pengguna hingga mencapai 600 juta pengguna aktif (Tamburaka 2013 : 81). Facebook juga dapat digunakan oleh pengguna setiap saat, pengguna dapat mengaksesnya dengan mudah melalui gadget (handphone), komputer dan laptop. Pengguna juga bisa berteman dengan orang yang mereka kenal maupun tidak dikenal dalam facebook.

Jenis jejaring sosial ini merupakan salah satu jenis sosial media yang diminati oleh berbagai kalangan sebab menawarkan berbagai jenis aplikasi bagi pengguna untuk mencari teman, mengirim video, bermain games, berdiskusi serta update pesan, foto, atau yang disebut sebagai sender dan juga dapat memberikan komentar, like disimbolkan dengan jari jempol oleh pengguna lain yang disebut sebagai receiver. Seorang pengguna boleh menjadi sender dan receiver.

Pengguna akan secara langsung aktif apabila sedang mengakses aplikasi ini, juga dapat melihat siapa pengguna lain yang sedang aktif. Mereka dapat tukar menukar informasi melalui chatting antar satu sama lain dan juga dapat melakukan interaksi dalam dunia maya ketika mereka aktif dalam sosial media ini melalui fitur yang disediakan oleh facebook tersebut.

Aplikasi facebook ini juga merupakan aplikasi yang mudah digunakan, serta mudah dan murah diakses. Aplikasi ini diminati oleh

berbagai kalangan mulai dari kalangan anak-anak, remaja hingga kalangan orang tua. Jejaring sosial ini juga merupakan wadah aktivitas sosial yang dapat dilakukan dalam dunia maya (unreal), dalam facebook ini juga memungkinkan terjadinya interaksi timbale balik maupun feedback antar sesama pengguna facebook.



Gambar 01. Contoh anak remaja bermain facebook

Fenomena ini juga merambat dikalangan remaja. Hal ini terlihat dari pengguna aplikasi ini yang lebih menonjol ialah kalangan muda, kemungkinan bagi mereka menjadi pengguna facebook merupakan suatu gaya hidup yang diikuti, karena itu penulis menduga pengguna facebook yang umum eksis ialah anak muda, begitu juga dengan mahasiswa. Mahasiswa merupakan kaum muda yang menduduki kursi perguruan tinggi juga yang paling dekat dengan teknologi khususnya dalam sosial media. Mahasiswa menggunakan facebook untuk mengeksplor bidang intelektual, mahasiswa juga sering terlihat menggunakan facebook untuk menumpang popularitas agar tidak dianggap ketinggalan zaman oleh teman-temannya. Fenomena ini terlihat pada penggunaan facebook oleh mahasiswa Prodi Pendidikan Antropologi, fenomena yang terlihat ialah dimana sesama mahasiswa terjadi memberi dan

menerima like apabila sedang mengupdate status di facebook. Terlihat sesama pengguna memberi like dan menerima kembali like, seperti tindakan berbalas-balasan. Selain itu juga terlihat seperti menuntu balasan like dari dari pengguna lain, hal ini terlihat dari jika pengguna tersebut tidak memberi like maka pengguna tersebut juga tidak mendapat like, seolah-olah untuk mendapat like kita harus memberi like juga.

Hal fenomenal yang sering juga terlihat ialah mahasiswa Prodi Pendidikan Antropologi berusaha dari waktu ke waktu mengupdate status sambil juga melakukan memberi dan menerima like kembali, kemungkinan hal ini menjadi sebuah sifat ketergantungan bagi sesama pengguna facebook dikalangan mahasiswa Prodi Pendidikan Antropologi mengupdate status setiap hari dan berkelanjutan secara terus menerus agar tetap bisa memberi dan menerima like kembali antar sesama mereka.

Dari penjelasan yang didapatkan, Facebook sedang mengembangkan fitur yang memungkinkan layanan ini mengidentifikasi kamera yang tepat digunakan untuk meringkus gambar. Tak hanya itu, Facebook akan mampu mengenal foto-foto yang diunggah ke akun jejaring sosial milik pengguna. Facebook akan menunjukkan nama teman atau peristiwa kepada pengguna berdasarkan hubunga

"Gambar dari kamera akan diekstrak untuk diketahui lebih mendalam, misalnya, komposisi pixel dan metada yang tersedia ketika file tersebut disimpan. Lalu fitur ini akan mengolahnya, misalnya, hubungan antara kebiasaan pengguna mengunggah foto, akun yang di-tag dan lain sebagainya," tulis dalam dokumen tersebut.

Dengan pengolahan ini, setiap foto yang diunggah oleh pengguna akan

terkoneksi untuk direkomendasikan seperti mengidentifikasi akun pengguna lainnya yang ada di foto, nama acara, dan mendeteksi akun penipuan. Memang pengguna Facebook mungkin dapat menghapus metadata dari gambar yang mereka posting ke akunnya. Namun, tingkat identifikasi tampaknya mengesampingkan penghapusan metadata dengan mengambil data langsung dari sensor kamera, pencocokan piksel yang tak bisa diubah atau dihapus oleh pengguna

Menurut Wati dan Rizky (2009) facebook merupakan jejaring sosial (social network) yang bisa dimanfaatkan oleh para pengguna untuk saling mengenal dan berkomunikasi dalam berbagai keperluan dan juga bersifat rekreasi. Facebook adalah situs jejaring sosial yang diluncurkan pada 4 Februari 2004 dan didirikan oleh Mark.

Aditya Firmansyah (2010: 10) mengemukakan bahwa situs jejaring sosial merupakan sebuah situs berbasis pelayanan yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat profil, melihat list pengguna yang tersedia, serta mengundang atau menerima teman untuk bergabung dalam situs tersebut. Tampilan dasar situs jejaring sosial ini menampilkan halaman profil pengguna, yang di dalamnya terdiri dari identitas diri dan foto pengguna.

Jejaring sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga. Istilah ini diperkenalkan oleh profesor J.A. Barnes di tahun 1954 dalam tulisan Muhammad Ridwan Nawawi (2008).

1. Manfaat Facebook

Hingga sekarang ini, Facebook sudah menjadi salah satu situs sosial networking yang paling besar dan

manfaatnya juga sudah terbukti sangat banyak. Berikut adalah beberapa manfaat dari Facebook yang bisa digunakan untuk keperluan sehari-hari:

A. Manfaat Facebook Secara Sosial

Manfaat pertama dari Facebook adalah dari segi sosial yakni untuk menambah teman atau social networking. Tujuan utama dan juga manfaat yang bisa didapat user dari Facebook adalah bisa menambah pertemanan dan juga relasi.

Dengan memakai Facebook, maka nantinya user bisa mendapatkan teman yang baru sehingga tentu bisa menambah relasi. Nantinya anda bisa berkomunikasi dengan banyak orang dari banyak tempat dengan lebih mudah. Selain itu, Facebook juga bisa digunakan untuk mencari teman lama, mencari jodoh, mempermudah komunikasi dan juga membantu orang lain. Berikut beberapa manfaat Facebook secara sosial yang lainnya:

1. Tempat untuk mempromosikan yang efektif.
2. Tempat untuk berdiskusi seperti forum yang bisa dipakai untuk segala macam diskusi.
3. Tempat untuk bermain dan mempelajari ilmu yang mungkin sebelumnya tidak ditemukan.

B. Manfaat Facebook Secara Ekonomi

Online shop menjadi salah satu E Commerce yakni penjualan produk yang dilakukan dan bisa dipesan secara online. Dari segi ekonomi, Facebook juga bisa digunakan untuk mencari lowongan pekerjaan serta sebagai media promosi yang tentunya akan menguntungkan perusahaan karena akan semakin meningkat ketika sudah membuat iklan pada Facebook.

2. Fitur Facebook

Hingga saat ini, Facebook masih tetap bertahan hingga belasan tahun dan masih banyak digunakan dari mulai anak-anak hingga orang dewasa dengan berbagai kebutuhan. Facebook ternyata juga punya beberapa fitur yang bisa digunakan dan menjadi yang terbaik. Berikut beberapa diantaranya:

A. News Feed

Fitur Facebook pertama yang bisa anda gunakan adalah News Feed. Fitur ini sudah mulai bisa digunakan 2 tahun sesudah Facebook dirilis. Dengan fitur ini, maka anda bisa memperoleh informasi yang baru saja diunggah pengikuti pada jejaring sosial. Fitur ini sangat membantu para pengguna sebab pengguna bisa akses informasi tidak hanya dari lingkungan sekitar namun juga berasal dari belahan dunia yang lainnya.

B. Internet.org

Fitur selanjutnya yang bisa anda pakai adalah internet.org. Fitur ini bisa dipakai untuk hingga 2/3 orang yang ada di dunia yang pada saat itu masih belum menggunakan internet. Internet.org ini juga dikenal sebagai mengakses Facebook dengan cara gratis.

Bahkan di dalam perkembangannya, internet.org juga bekerja sama dengan beberapa provider sehingga pengguna bisa tetap bisa mengakses Facebook tanpa menggunakan pulsa.

C. Safety Check

Fitur dari Facebook selanjutnya bernama Safety Check yang bisa digunakan pengguna untuk saling memberi kabar pada teman dan keluarga lewat Facebook jika dalam kondisi selamat dari peristiwa atau bencana alam yang sedang dialami.

D. Reaction

Reaction merupakan fitur berikutnya yang ada di Facebook berupa

emoji untuk mempermudah penggunaannya memberikan ekspresi dan tanggapan dari sebuah unggahan. Dengan begitu, perasaan yang ingin disampaikan bisa sangat jelas namun tetap ringkas.

E. Marketplace

Selain emoji, ada fitur lain yang diperkenalkan Facebook yakni Marketplace yang bisa digunakan para pebisnis untuk promosi barang dagangan yang dimiliki. Selain itu, logo dari fitur marketplacenya juga strategis serta mudah ditemukan para pengguna.

Dengan fitur ini, anda sebagai pengguna bisa menemukan penjual di lokasi paling dekat. Ini disebabkan karena fitur marketplace memakai geolokasi. Akan tetapi jika memang kurang puas dengan penjual di sekitar, maka pencarian lokasi bisa diperluas atau bisa disaring pencariannya atas dasar jenis barang dan harga.

F. Facebook 360

Fitur Facebook selanjutnya yang bisa digunakan adalah Facebook 360 yang sudah resmi dirilis di tanggal 8 Maret 2017 dan didukung Samsung Gear VR dan juga Oculus yang menjadi salah satu fitur kekinian. Anda sebagai pengguna nantinya bisa berbagi video 360 derajat di Facebook.

Hal yang menarik dari fitur ini terlihat dari jutaan orang yang mengakses ketika diluncurkan. Anda nantinya bisa menemukan konten yang trending dengan mudah, mengelola koleksi favorit sekaligus menyimpan file favorit. Jika mau mengunduh, maka hanya perlu buka aplikasi Oculus pada gadget kemudian cari aplikasi Facebook 360.

G. Messenger Day

Messenger Day juga merupakan fitur yang diluncurkan di bulan sama seperti Facebook 360 yang menyaingi Snapchat serta Instagram Stories. Ini

disebabkan karena fitur Facebook ini punya kesamaan dengan beberapa pendahulunya. Bahkan untuk beberapa fitur seperti stiker, filter serta tulisan juga akan hilang dalam waktu 24 jam sama seperti media sosial yang lainnya.

Untuk menggunakan fitur ini, anda bisa akses lewat Facebook Messenger yang telah ada sehingga bisa membantu memeriksa orang yang sedang aktif untuk chatting. Selain itu, fitur ini juga bisa dipakai untuk saling berbagi tentang apa yang sedang dilakukan. Aplikasi ini semakin menarik berkat filter interaktif yang bisa sangat mudah diaplikasikan pada foto.

H. Facebook Live

Facebook Live merupakan fitur yang bisa membantu para penggunaannya untuk melakukan live streaming. Jika sebelumnya harus memakai Facebook Live API di tablet atau smartphone, namun sekarang sudah bisa menggunakan komputer dan juga laptop pribadi untuk menambah komentar ke dalam siaran langsung.

I. Advertising Capabilities

Fitur Advertising Capabilities adalah fitur yang diperlukan untuk bisnis. Fitur ini merevolusi kemampuan periklanan untuk memudahkan pengguna melakukan bisnis. Sekarang, ketika pengguna ingin mengunggah iklan dan penawaran di Facebook, mereka dapat menggunakan Audience Networks. Hal ini dapat memberikan manfaat di kemudian hari sehingga target audiens dapat tetap up to date dengan semua informasi.

J. Video Group

Video group adalah fitur yang dapat digunakan untuk melakukan obrolan video dengan orang lain. Meskipun mirip dengan Instagram, Grup Video Facebook memiliki keuntungan

menambahkan hampir 50 pengguna ke hangout.

Fitur ini juga dapat digunakan untuk menambahkan filter yang menyenangkan agar obrolan menjadi lebih seru. Jika tampilan kepala obrolan Facebook terlihat mengganggu, itu juga dapat dihapus di pengaturan profil.

3. Fitur unik dan keren yang dimiliki oleh facebook

Ada banyak sekali fitur yang tersedia di FB, di antaranya adalah:

- A. Saat mengunggah foto, Anda juga bisa sekaligus mengatur penempatan fotonya ke dalam album sesuai yang dikehendaki.
- B. Di sini, Anda bisa mengelompokkan teman dan memberikan nama untuk kelompok tersebut. Misalnya, teman, sahabat, keluarga, atau yang lainnya.
- C. Anda bisa mengobrol langsung dengan teman yang sedang online melalui FB messenger. Saat chatting, pengguna juga bisa melakukan panggilan video.
- D. Pada saat teman yang diajak chat tidak online, maka pesan akan masuk ke inbox FB dan bisa dibaca sewaktu-waktu.
- E. Postingan yang diatur publik dapat dengan mudah dibagikan oleh orang lain.
- F. Di sini ada fitur fan page, grup, hingga bisnis page yang banyak digunakan untuk memasarkan produk atau membuat brand tertentu semakin terkenal.
- G. Kini, facebook juga punya opsi monetisasi yang memungkinkan penggunaannya untuk menghasilkan uang.
- H. Adanya fitur story.
- I. Bisa melakukan siaran langsung atau streaming.

Berdasarkan latar belakang di atas, kami akan melakukan penelitian tentang Efektifitas penggunaan multimedia gambar di dalam facebook. Penelitian yang kami lakukan menggunakan google survey

PENELITIAN

Metode yang dipergunakan dalam kajian ini adalah metode survey dengan teknik wawancara tatap muka dan menggunakan googel survei. Pelaksanaan kegiatan ini menggunakan berbagai tahap, mulai dari tahap penyusunan desain studi, penyusunan instrumen, penarikan sampel (sampling technic), pengumpulan data lapangan, tabulasi data, pemilihan dan pemilahan data, analisis data, dan intrepretasi data.

Jenis data yang dikumpulkan terdiri dari data kuantitatif dan data kualitatif. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam studi ini adalah kuota sampling yaitu penentuan sampel dengan menetapkan jumlah kuota sampel. Adapun kuota yang ditentukan sebesar berjumlah 9 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang kami melakukan telah mendapatkan hasil. Proses mendapatkan hasil pada google survi menggunakan grafik. berikut adalah hasil yang telah didapatkan. Berikut adalah jawaban dari beberapa orang yang kami tanyai yang diperlukan pada penelitian ini.



Gambar 02. Google survi

Berdasarkan gambar 2 hal ini dapat dijelaskan sembilan orang menjawab ya semua, warna gambar merah menunjukkan tidak suka dengan facebook, sedangkan gambar warna biru menunjukan semua suka dengan facebook, dari sembilan orang yang saya tanya menggunakan aplikasi google survi warna gambar biru di persentasikan 100% sedangkan warna gambar merah 0%, jadi semua orang suka dengan facebook,

nama - nama peserta



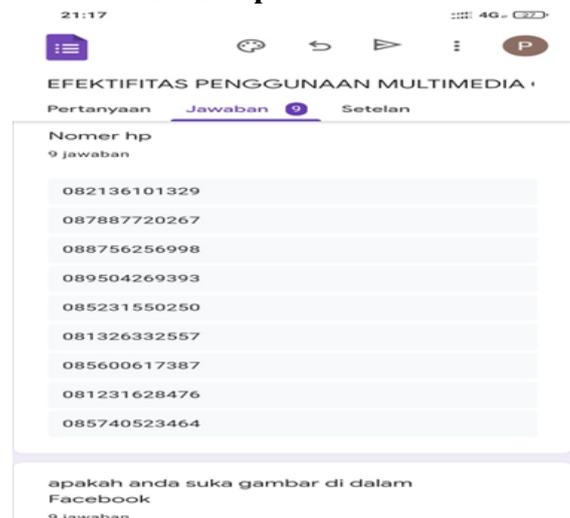
Gambar 03. Daftar nama

Dari pertanyaan menggunakan google survi saya meminta kepada peserta untuk mengisi daftar nama, Gambar di atas 03 menunjukkan daftar nama - nama yang saya tanyain lewat google survi, ada sembilan orang yang saya tanyain sebagai berikut;

1. 01 sunardi
2. 02 shafrina fidi

3. zaenal
4. kukuh aditia putra
5. junaidi hamsyah
6. uswatun khasanah
7. shofiana dewi
8. aideaningsih
9. fathul mubin

Nomor hp



Gambar 04. Daftar nomor hp

Dari pertanyaan menggunakan google survi saya meminta kepada peserta untuk mengisi daftar nomor hp, dari nomor hp itulah saya benar - benar yakin yang menjawab tidak ada rekayasa, Gambar di atas 04 menunjukkan daftar nomor hp yang saya tanyain lewat google survi, ada sembilan orang yang saya tanyain sebagai berikut:

- 01-082 136 101 329
- 02- 087 887 720 267
- 03- 088 756 256 998
- 04- 089 504 263393
- 05- 085 231 550 250
- 06- 081 326 332 557
- 07- 085 600 617 387
- 08- 081 231 628 476
- 09- 085 740 523 464

Apa alasan anda suka dengan gambar di dalam facebook



Gambar 05. Daftar alasan – alasan kenapa suka dengan facebook

Dari pertanyaan menggunakan google survi saya meminta kepada peserta untuk mengisi alasan alasan dari sembilan orang menjawab semua, Gambar 05 di atas menunjukkan daftar alasan – alasan yang saya tanyain lewat google survi, berbagai alasan – alasan yang saya temukan sebagai berikut ;

1. berita dan kejadian
2. gambarnya bagus
3. ya saya suka
4. menarik
5. bagus
6. praktis menarik
7. lebih menarik
8. karena lebih menarik, jika yang terlihat hanya tulisan saja cenderung membosankan
9. gambarnya bagus untuk pemasaran

Kenapa andan tidak suka dengan facebook



Gambar 06. Daftar alasan – alasan tidak suka dengan facebook

Dari pertanyaan menggunakan google survi saya meminta kepada peserta untuk mengisi alasan alasan dari sembilan orang menjawab semua, Gambar 06 di atas menunjukkan daftar alasan – alasan tidak suka dengan facebook yang saya tanyain lewat google survi, ada sembilan orang yang saya tanyain dan sebagai berikut;

1. gambarnya yang tidak mendidik
2. suka kok
3. aku suka aku suka
4. saya suka
5. saya suka
6. gambar konten tidak bermanfaat
7. kurang menarik
8. tergantung gambarnya apa dan biasanya kalo gambarnya terlalu banyak kan ribet juga buka satu persatu
9. kadang ada gambar pornografi

KESIMPULAN

Dari pertanyaan di atas menyimpulkan bahwa semua orang suka gambar di dalam facebook, Facebook adalah salah satu situs jejaring sosial

yang banyak diminati dari segala kalangan. Bukan hanya karena tampilan yang menarik, penggunaannya mudah tetapi juga aplikasi yang ada didalamnya lebih lengkap. Tak heran hampir semua orang, terutama para remaja, memiliki akun Facebook. Seperti yang lainnya, Facebook dibuat oleh Mark Zuckerberg untuk memfasilitasi komunikasi tetapi disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, yang menyebabkan beberapa kalangan lain menentang keberadaan Facebook, memuncak ketika terjadi kesalahan fatwa haram di Facebook.

Dan dengan data pengguna facebook di Indonesia semakin meningkat. Selain memiliki dampak positif juga tentu memiliki dampak yang negatif seperti waktu yang terbuang percuma, malas, boros uang, melalaikan tugas yang lain. Jadi sebagai makhluk intelektual hendaknya kita bisa mengendalikan sikap kecanduan atas situs jejaring sosial ini.

SARAN

Sebagai anggota masyarakat dan pengguna situs-situs pertemanan, facebook atau situs lainnya, alangkah baiknya jika kita dapat menggunakannya secara tidak berlebihan dan melihat fungsi utama facebook sebagai pelengkap pertemanan dan pergaulan primer di dunia nyata, sehingga kita tidak lebih sibuk mengurus dan menghabiskan waktu yang seharusnya kita gunakan untuk bersosialisasi dan berkomunikasi secara langsung dengan orang yang ada di sekitar kita, bukan dengan orang yang baru saja akan kita temui di dunia maya. Selain itu, kita juga harus menjaga norma-norma dan nilai yang berlaku dalam masyarakat dan negara, sehingga kita dapat mempertanggung jawabkan setiap perilaku dan sikap kita di dunia maya. Karena dengan penggunaan facebook dan situs jaringan pertemanan lainnya dengan baik, benar dan bertanggung

jawab, kita dapat menggunakan fasilitas-fasilitas umum itu dengan nyaman, tidak mengganggu kepentingan orang lain, dan aman.

DAFTAR PUSTAKA

D. Juju dan M. Studio, *Gaya Gaul Anak Muda dengan Facebook*, Elex Media Komputindo, 2008, hlm 25

L. Patria dan K. Yulianto, *Pemanfaatan Facebook Untuk Menunjang Kegiatan Belajar Mengajar Online Secara Mandiri*. [online] <http://www.pustaka.ut.ac.id/dev25/pdfprosiding2/fmipa201113.pdf>. Diakses tanggal 5 Maret 2010.

<http://techno.okezone.com/read/2014/09/22/55/1042737/indonesia-engguna-facebook-keempat-terbesar-di-dunia>, di akses 23 januari 2016.

Asmaya, F. (2015). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Perilaku Prosocial Remaja Di Kenagarian. *Jom FISIP*, Vol (2), No (2).

Hindriyatun, E. N. (2018). *Manajemen Privasi Online Di Facebook Oleh Dosen*. Unpublish : Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Mujahidah. (2013). Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Komunikasi. *Jurnal Komunikasi dan Sosial Keagamaan*, Vol (15), No (1).

Nurjanah, S. (2014). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Perilaku Cyberbullying Pada Siswa Sman 12 Pekanbaru. *Jom FISIP*, Vol (1), No (2).

Ramdhani, M. (2016). Pengaruh Sosial Media (Facebook) Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Singaperbangsa (UNSIKA) Karawang. *Jurnal Politikom Indonesiana*, Vol (1), No (1).

Rizky, O. K. (2015). *AFTER FACEBOOK : Harapan Setelah Memutuskan Pertemanan di Jejaring Sosial Facebook*. Unpublish : Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Vitak, J. (2014). *Facebook Makes the Heart Grow Fonder: Relationship Maintenance Strategies Among Geographically Dispersed and Communication Restricted Connection*.

Baltimore, Vol (15), No (19), ACM 978-1-4503-2540-0/14/02