

Efektivitas Grup Facebook TKSCI (Toyota Kijang Super Community Indonesia) Wong Kito Galo Sebagai Media Informasi Dan Silaturahmi

¹M Ilyas Andriansyah, ²Fifi Hasmawati, ³Muhammad Randicha Hamandia

¹²Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

¹miandriansyah1901@gmail.com, ²fifihasmir@gmail.com,

³mrandichahamandia_uin@radenfatah.ac.id

INFO ARTIKEL

Submit : 08/06/2023
Revisi : 18/06/2023
Diterima : 19/06/2023
Publish : 25/12/2023

KATA KUNCI

Efektivitas, Facebook, Informasi.

ABSTRAK

Di era globalisasi ini, kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi semakin memperngaruhi kehidupan manusia. Hal ini kemudian mejadikan manusia sebagai mahluk sosial. Seperti saat ini, perkembangan teknologi kominikasi semakin maju dan pesat, sehingga manusia mampu berinterkasi tanpa harus bertatap muka. Salah satu teknologi yang paling berdampak saat ini adalah berkembangnya internet, sehingga mampu menjadi sarana berkomunikasi. Dengan adanya media sosial, masyarakat dimudahkan untuk saling berkomunikasi dimanapun dan kapanpun dalam ruang dan waktu yang tidak terbatas, sehingga saat ini media sosial menjadi diminati. Beberapa contoh media sosial yang paling sering digunakan khalayak banyak saat ini antara lain adalah Youtube, Facebook, Whatsapp, Twitter dan Tiktok. Facebook merupakan website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain. Orang juga dapat menambahkan teman-teman mereka, mengirim pesan dan memperbaharui profil pribadi agar orang lain dapat melihat tentang dirinya. Selain dari pada itu untuk menghilangkan kejenuhan, mereka menggunakan jejaring sosial sebagai bahan hiburan, informasi dan lain-lain. Sehingga situs jejaring sosial dapat memengaruhi mereka dalam berinteraksi.

How to Cite: Ilyas Andriansyah, M., Hasmawati, F., & Randicha Hamandia, M. (2023). Efektivitas Grup Facebook TKSCI (Toyota Kijang Super Community Indonesia) Wong Kito Galo Sebagai Media Informasi Dan Silaturahmi. J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam, 4(2), 135-146. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v4i2.672>

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi semakin memperngaruhi kehidupan manusia. Hal ini kemudian mejadikan manusia sebagai mahluk sosial. Seperti saat ini, perkembangan teknologi kominkasi semakin maju dan pesat, sehingga manusia mampu berinterkasi tanpa harus bertatap muka. Salah satu teknologi yang paling berdampak saat ini adalah berkembangnya internet, sehingga mampu menjadi sarana berkomunikasi.

Salah satu teknologi baru dalam berkomunikasi melalui dunia internet adalah media sosial. Menurut Nasrullah media sosial adalah medium internet yang memungkinkan pengguna mempersentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi komunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual¹.

Dengan adanya media sosial, masyarakat dimudahkan untuk saling berkomunikasi dimanapun dan kapanpun dalam ruang dan waktu yang tidak terbatas, sehingga saat ini media sosial menjadi diminati. Beberapa contoh media sosial yang paling sering digunakan khalayak banyak saat ini antara lain adalah *Youtube, Facebook, Whatsapp, Twitter dan Tiktok*.

Pada tahun 2021, Facebook telah digunakan lebih dari 2,8 miliar pengguna internet diseluruh dunia. menurut data dari We Are Social, Indonesia merupakan sebagai pengguna *Facebook* tercatat mencapai 142 juta pengguna akun yang artinya sebagai pengguna Facebook terbesar ketiga di dunia setelah Amerika Serikat dan India²

Kemudahan mengakses jejaring sosial ini juga merupakan faktor penting yang menjadikan situs ini digandrungi oleh masyarakat. Pengguna situs ini tidak hanya dapat mengakses situs melalui komputer ataupun laptop, tetapi juga telah dimudahkan dengan adanya aplikasi yang disediakan berupa mobile facebook di dalam telepon genggam (*handphone*) Oleh karenanya, penggunaan *facebook* baik melalui media komputer, laptop ataupun telepon genggam semakin meningkat.

Selain dari pada itu untuk menghilangkan kejenuhan, mereka menggunakan jejaring sosial sebagai bahan hiburan, informasi dan lain-lain. Sehingga situs jejaring sosial dapat memengaruhi mereka dalam berinteraksi sehingga terciptalah grup atau perkumpulan tertentu di *Facebook*.

¹ Ahmad Setiadi, *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi*, (Cakrawala-Jurnal Humaniora, Vol 16, No. 2, 2016, hal. 1.

² Simon Kemp, *Social Media Users Pass The 4.5 Billion Mark*,
<https://wearesocial.com/uk/blog/2021/10/social-media-users-pass-the-4-5-billio-mark/>.
Diakses tanggal 2 Mei 202

TKSCI merupakan singkatan dari Toyota Kijang Super Community Indonesia. TKSCI didirikan atau dibentuk oleh 12 orang kijangers pada Tanggal 27 September 2014, di Taman Kencana, Kota Bogor, Jawa Barat.

Ide pendirian TKSCI berasal dari seorang penggemar Toyota Kijang Super pada Akun Facebook. Kemudian ditindak lanjuti dengan mendirikan dan membentuk nama komunitas TKSCI dengan menggabungkan beberapa kota besar yang kami sebut dengan istilah Jabodetabek³.

Oleh karena itu, melalui kesepakatan bersama maka komunitas ini berkembang dan berdiri diberbagai pulau di Indonesia. Komunitas TKSCI ini sangat menjunjung tinggi prinsip kekeluargaan. Sehingga TKSCI layaknya keluarga kedua bagi seluruh Member. Kegiatan di grup TKSCI (Toyota Kijang *Community* Indonesia) Wong Kito Galo ini antara lain saling berbagi informasi tentang otomotif, bertanya jawab soal kendaraan kijang super.

METODE PENELITIAN

Fokus penelitian ini menitik beratkan pada kegunaan *Facebook* sebagai media penyebaran informasi dan Silaturahmi pada grup TKSCI wong kito galo, strategi yang digunakan dalam menyampaikan informasi.

Metode penelitian merupakan suatu cara atau jalan untuk memperoleh kembali pemecahan terhadap suatu masalah⁴. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. *Field Research*, yaitu penelitian yang dilaksanakan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap objek tertentu yang membutuhkan suatu analisis komprehensif dan menyeluruh⁵.

Pendekatan ini menggunakan pendekatan deskriptif, menurut Arikunto penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi ataupun hal-hal lain⁶. Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam- dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau

³ Enjang Sugiarto, *Sejarah Berdirinya TKSCI*, <http://www.purwakartaonline.com/ragam/pr-4254286421/sejarah-berdirinya-tksci>, Diakses tanggal 2 Maret 2021.

⁴ P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), hal. 2.

⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1998), hal. 11.

⁶ Suharsini Arikunto, *Op.cit* ,hal. 3.

samplingnya sangat terbatas. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data⁷.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan yang telah dikemukakan sebelumnya, penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu mendeskripsikan semua data yang didapat baik dari wawancara dan hasil pengamatan peneliti. Langkah selanjutnya, setelah data diperoleh melalui wawancara, maka peneliti menganalisis data tersebut dengan konseptual yang ada, lalu diolah dan dimasukkan kedalam bagian-bagian tertentu

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Pada tahapan ini agar data yang diperoleh valid dan bisa dipertanggungjawabkan, maka data diperoleh melalui:

1. Observasi

Dalam arti yang luas, observasi mencakup pengamatan yang dilakukan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pengamatan yang tidak langsung, misalnya melalui kuesioner dan tes⁸.

2. Wawancara

Biasanya wawancara dalam penelitian kualitatif berlangsung dari alur umum ke khusus. Wawancara tahap pertama biasanya hanya bertujuan untuk memberikan deskripsi dari orientasi awal peneliti perihal masalah dan subjek yang dikaji⁹.

3. Dokumentasi

Metode ini sering digunakan untuk memperlengkap data selain observasi, kuesioner, dan wawancara. Tujuan penelusuran dokumentasi untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data¹⁰.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia. Kata efektivitas berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective*, yang berarti sesuatu yang berhasil atau diselesaikan dengan baik dan lancar. Kata efektif juga mempunyai arti yaitu tepat sasaran atau sesuai dengan apa yang direncanakan Efektivitas didefinisikan sebagai ketetapan penggunaan, hasil guna atau menunjang tujuan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian

⁷ Rachmat Kriyantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hal 56-57

⁸ Sugiyono, Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D, (Bandung: Alfabeta 2016), hal. 145.

⁹ Sugiyono, *ibid*, hal. 137.

¹⁰ Sugiyono, *ibid*, hal. 234.

efektifitas berasal dari kata efektif yang berarti akibatnya, pengaruhnya, manfaat, kesamaannya, dapat membawa hasil, berhasil guna, mulai berlaku¹¹

Dari pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa efektifitas berkaitan dengan terlaksananya semua tugas pokok tercapainya tujuan, ketepatan waktu, dan partisipasi aktif dari anggota. Jika dikaitkan dengan komunikasi maka efektifitas komunikasi adalah sejauh mana tercapainya tujuan seseorang dalam menyampaikan informasi kepada orang lain.

Facebook merupakan salah satu bentuk media teknologi informasi dan komunikasi. Di Indonesia Facebook merupakan situs jejaring sosial di dunia maya (internet) yang paling favorit dikunjungi dibandingkan dengan yang lain seperti *Twitter*, *Skype*, dan lain sebagainya. Hal ini dikarenakan *Facebook* mempunyai desain minimalis tapi kaya akan fitur dan pendukung, gratis dan mudah digunakan.

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

New media atau media baru disebut juga media digital. Denis McQuail mengelompokkan media baru menjadi empat kategori. Pertama, media komunikasi interpersonal yang terdiri dari telepon, handphone, email. Kedua, media bermain interaktif seperti komputer, videogame, game di internet. Ketiga, media pencarian informasi yang berupa portal/search engine. Keempat, media partisipasi kolektif seperti penggunaan internet untuk berbagi dan bertukar informasi, pendapat, pengalaman dan terhubung melalui komputer dimana penggunaannya tidak hanya untuk alat tetapi juga dapat menimbulkan afeksi dan emosional. Kelima, substitusi media penyiaran yaitu penggunaan media untuk menerima atau mengunduh konten yang disiarkan atau disebarkan seperti menonton film dan acara televisi, atau mendengarkan musik, dll.

Menurut Flew, *new media* adalah media yang merekomendasikan digitalisasi, konvergensi, interaktivitas dan pengembangan jaringan terkait dengan pembuatan pesan dan pengiriman pesannya. Keahlian *new media* dengan merekomendasikan interaktivitas semacam ini agar memungkinkan pengguna dari *new media* dapat memilih informasi apa yang akan dikonsumsi. Inilah konsep utama dalam memahami *new media*¹².

¹¹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1996), hal. 250.

¹² Wanda Hanifah and K. Y. S. Putri, *Efektivitas Komunikasi Google Classroom Sebagai Media Pembelajaran Jarak Jauh Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2018*, *MEDIALOG* 3, no. 2 (2020): 28.

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.²⁰ Sedangkan online, dapat dipahami sebagai keadaan konektivitas (ketersambungan) mengacu kepada internet atau *world wide web* (www). Online merupakan bahasa internet yang berarti “informasi dapat diakses di mana saja dan kapan saja” selama ada jaringan internet (konektivitas)¹³.

Secara umum yang disebut media online adalah segala bentuk media yang hanya dapat diakses melalui internet. Sedangkan secara khusus yang dimaksud media online adalah segala jenis media massa yang dipublikasikan melalui internet secara online, baik itu segala jenis media cetak maupun elektronik¹⁴. Penggabungan kedua media baik cetak maupun elektronik yang disajikan melalui internet, itulah media online.

Media sosial adalah sebuah media online tempat para pengguna bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, wiki, dan jejaring sosial-utamanya facebook dan twitter merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan masyarakat di seluruh dunia. Tak mengherankan, kehadiran media sosial menjadi fenomenal. Media sosial tersebut tidak hanya digunakan untuk mendistribusikan informasi yang bisa dikreasikan oleh pemilik akun (*users*) itu sendiri, tetapi juga memiliki dasar sebagai portal untuk membuat jaringan pertemanan secara virtual dan medium untuk berbagi data, seperti audio maupun video¹⁵.

Istilah silaturahmi merupakan gabungan dari dua kata, yaitu shilah dan ar-rahim/ar-rahmi. Kata shilah berasal dari *washala*, *yashilu*, *washlan*, *wa shilatan* yang berarti hubungan atau menghubungkan. Sedangkan ar-rahim berarti kerabat yang masih ada pertalian darah. Ar-ra- him juga berarti rahmah, yaitu lembut, penuh cinta, dan kasih sayang. Jadi, secara bahasa silaturahmi maknanya adalah menghubungkan tali kekerabatan atau menghu- bungkan rasa kasih sayang.

Imam an-Nawawi mengartikan silaturahmi dengan berbuat baik kepada kerabat sesuai dengan kondisi orang yang menyambung dan disambung: bisa dengan harta, kadang dengan bantuan, kadang dengan berkunjung, mengucapkan salam dan sebagainya.

Abu Thayyib mengartikan silaturahmi sebagai ungkapan tentang berbuat baik kepada kerabat, orang yang memiliki hubungan nasab dan perkawinan. Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa cakupan silaturahmi amat luas. Tidak hanya

¹³ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hal. 119.

¹⁴ Nawiroh Vera, *Komunikasi Massa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), hal. .89

¹⁵ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbioasa Rekatama Media, 2016), hal. 2.

menyangkut keluarga yang bertalian darah, tetapi juga hubungan antara sesama manusia dan hubungan antar manusia dengan alam sekitarnya.

Teori pendukung yang berhubungan dengan penelitian dalam skripsi ini menggunakan teori Uses and Gratification. Teori ini mengacu pada pemilihan media yang digunakan khalayak dalam menggunakan untuk memenuhi kebutuhannya dalam mencari sesuatu yang diinginkan, sesuai dengan fenomena yang terjadi pada latar belakang masalah penelitian ini, yakni mengenai kegunaan *Facebook* dalam menyebarluaskan informasi. Teori *Uses and Gratification* pertama kali dikemukakan oleh Herbert Blummer dan Elihu Katz pada tahun 1974, teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran lebih aktif untuk memilih media tersebut. Pengguna merupakan pihak yang aktif dalam usaha memuaskan kebutuhannya¹⁶.

1. Efek Facebook dalam menyebarkan Informasi

Efek *Facebook* dalam menyebarkan informasi dikaitkan dengan teori *uses and gratification* menyimpulkan bahwa khalayak dianggap aktif memilih media yang ia gunakan sesuai kebutuhan yang ingin dipenuhi dari keinginannya.

a. Efek kognitif

Efek kebutuhan ini berkaitan dengan kebutuhan memperoleh pengetahuan dan pemahaman orang terhadap lingkungannya. Dasar kebutuhan ini pada hasrat individu untuk memahami dan menguasai lingkungannya. Contohnya dalam kehidupan sehari-hari kita pasti mencari segala sesuatu yang sedang terjadi di lingkungan kita.

b. Efek Afektif

Kebutuhan ini berkaitan dengan kebutuhan estetis, hal yang dapat menyenangkan dan pengalaman-pengalaman emosional. Berbagai media komunikasi dalam hal ini dapat dijadikan sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan afektif. Misalnya, televisi, radio, komputer, dan tentu saja berkomunikasi melalui internet¹⁷.

c. Efek Integrasi Pribadi

Efek ini dikaitkan dengan kebutuhan penguatan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu. Kebutuhan tersebut berasal dari hasrat seseorang untuk mencari harga diri. Misalnya saja pengguna grup Facebook yang ingin meningkatkan pemahaman tentang kendaraan kijang ia akan mencari informasi untuk memudahkannya dalam mempelajari kendaraan.

¹⁶ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007). hal

¹⁷ Pawit M. Yusup dan Priyo Subekti, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hal 338-339.

d. Efek Integrasi Sosial

Efek ini merupakan kebutuhan Integrasi Sosial yang dikaitkan dengan keluarga, teman, dan orang lain dalam masyarakat. Kebutuhan ini didasari oleh keinginan individu untuk berkomunikasi dengan seseorang atau dengan kelompok lain. Contohnya, kita memakai media sosial untuk mencari pertemanan melalui dunia maya. Manusia tentu perlu berinteraksi dengan sesamanya tanpa bertemu langsung hanya melalui media.

e. Efek Berkhayal

Efek kebutuhan ini dikaitkan dengan kebutuhan-kebutuhan untuk melarikan diri, melepaskan ketegangan, dan hasrat untuk mencari hiburan. Seseorang yang tidak puas dengan kehidupan sosial di lingkungannya dapat melarikan diri ke “dunia maya”, ke dalam dunia yang sesuai dengan harapan dan keinginannya¹⁸.

Penggunaan Facebook praktis, gratis dan sangat mudah digunakan bagi siapa saja yang ingin mengunggah foto dan video. Akun grup *facebook* tempat penampung semua foto dan video.

Media mengantisipasi kekurangan tersebut dengan mengikuti perkembangan zaman agar tidak ditinggal oleh pembacanya. Grup TKSCI Wong Kito Galo memanfaatkan *Facebook* sebagai media penyebaran informasi dan sarana Silaturahmi.

2. Hambatan Grup TKSCI Wong Kito Galo dalam menyebarkan Informasi dan Mejalin Silaturahmi Melalui *Facebook*

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia hambatan merupakan halangan atau rintangan¹⁹. Hambatan dalam menjalankan sesuatu berakibat pada terganggunya kinerja yang sedang dijalankan. Kendala yang dialami oleh grup sewaktu mengunggah video informasi ke *facebook* adalah koneksi internet. Saat mengunggah ke *facebook* tentu membutuhkan koneksi internet yang sangat cepat. Selain hambatan yang telah dijelaskan diatas, Rahmadi mengatakan bahwa hambatan juga terjadi karena tidak memiliki akses internet di daerahnya.

Berdasarkan teori dan ditambah dengan hasil penelitian ditemukan bahwa penyebaran informasi melalui *facebook* sangat efektif karena media portal berbagi informasi dan silaturahmi terbesar ini banyak digunakan masyarakat dalam mencari informasi.

Temuan dalam penelitian ini terdapat efek kognitif, afektif, integrasi pribadi, integrasi sosial, dan efek berkhayal. Efek-efek tersebut berawal dari para

¹⁸ Pawit M. Yusup dan Priyo Subekti, *Op.cit* hal 338-339

¹⁹ W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1991), cet. XII, hal. 290

penggunanya dalam mencari informasi yang diinginkan. Namun, terdapat kemungkinan dengan banyaknya arus informasi yang beredar di *facebook* sebagiannya bisa jadi hoax, pengguna harus pandai-pandai melihat, menyaring informasi yang ada di facebook perlu dilihat siapa yang membuat kontennya.

Menurut Katz, Blumer dan Gurevitch dalam Elvinaro dan Lukiati, menjelaskan asumsi dasar dari teori *uses and gratification*, yaitu²⁰:

1. Khalayak aktif, khalayak dianggap memiliki bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
2. Proses komunikasi massa, dalam prosesnya berinisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada khalayak.
3. Media massa bersaing dengan sumber-sumber lain dalam memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan media yang dipenuhi lebih luas.
4. Tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak.

Peneliti menyimpulkan kegunaan *facebook* bagi grup TKSCI Wong Kito Galo sangat efektif karena mudah digunakan atau diakses dan mengikuti perkembangan zaman.

Hambatan yang dialami grup TKSCI Wong Kito Galo dalam menyebarkan informasi melalui *facebook* berkaitan dengan teknis. Hambatan yang sering dialami baik pengguna adalah pada koneksi internet. Koneksi yang cepat akan memudahkan proses pengunggahan dan pengunduhan. Juga memiliki kelebihan dapat ditonton secara berulang.

SIMPULAN DAN SARAN

Dari penelitian skripsi yang berjudul “Efektivitas Grup *Facebook* TKSCI (Toyota Kijang Super *Community* Indonesia) Wong Kito Galo Sebagai Media Informasi dan Silaturahmi” ini, Efek yang didapat dalam menggunakan *Facebook* sebagai media penyebaran informasi meliputi efek kognitif, afektif, integrasi pribadi, integrasi sosial dan efek berkhayal. Efek kognitif yang timbul adalah pemahaman akan suatu informasi sesuai dengan kebutuhan penggunanya. Efektivitas yang didapat grup TKSCI Wong Kito Galo dalam menyebarkan informasi melalui *facebook* adalah penggunaan yang praktis, mengikuti perkembangan zaman. Hambatan yang dialami grup TKSCI Wong Kito Galo dalam menyebarkan informasi melalui *facebook* adalah terganggu kinerja jika koneksi jaringan.

²⁰ Elvinaro dan Lukiati, *Komunikasi Massa Revisi*(Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007). hal 73-74.

internetnya lambat, server *facebook* yang sewaktu-waktu bermasalah, dan tidak dapat menjangkau daerah-daerah yang koneksi internetnya belum ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto Suharsimi. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Cangara Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*,. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1996, h. 250).
- Kriyantono Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*,. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lukiati & Elvinaro P. (2007). *Komunikasi Massa Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah Rulli. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Putri K. Y. S & Wanda H, *Efektivitas Komunikasi Google Classroom Sebagai Media Pembelajaran Jarak Jauh Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2018*, MEDIALOG 3, no. 2 (2020): 28.
- Setiadi Ahmad, *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi*, (Cakrawala-Jurnal Humaniora, Vol 16, No. 2, 2016, hal. 1.
- Subekti & Pawit. (2009). *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D*. Bandung: CV Alfabeta Bandung.
- Subagyo Joko. (2004). *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT Rineka Cipta,
- Sugiarto Enjang, *Sejarah Berdirinya*, <http://www.purwakartaonline.com/ragam/pr-4254286421/sejarah-berdirinya-tksci>, Diakses tanggal 2 Maret 2021.
- Simon Kemp, *Social Media Users Pass The 4.5 Billion Mark*, <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/10/social-media-users-pass-the-4-5-billion-mark/>. Diakses tanggal 2 Mei 2002.
- Poerwadarminta W.J.S. (1991). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai.

Putri K. Y. S & Wanda H, *Efektivitas Komunikasi Google Classroom Sebagai Media Pembelajaran Jarak Jauh Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri*

Vera Nawiroh . (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

