



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 18269-18281

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Komunikasi Menurut Perspektif Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara

Hilda Rahmadani Harahap^{1✉}, Satria Faldhi Nasution², Rahmat Mubarok Siregar³,
Putri Anggraini Hsb⁴, Alya Afriannisa Siregar⁵, Nur Permai Pertiwi⁶, Rabiah Ulfah Hsb⁷

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Email: hilda1100000162@uinsu.ac.id^{1✉}

Abstrak

Media sosial memiliki peran penting dalam proses komunikasi di era digital saat ini. Efektivitas komunikasi dalam media sosial dapat dicapai melalui faktor menentukan khalayak, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan komunikasi, dan peran komunikator. Media sosial memungkinkan pengguna untuk berbagi, berinteraksi, dan membuat konten dengan mudah. Karakteristik media sosial termasuk jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial, dan konten oleh pengguna. Efektivitas komunikasi dilihat dari pencapaian tujuan yang direncanakan sebelumnya. Faktor seperti strategi komunikasi, menentukan khalayak, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan komunikasi, dan peran komunikator berperan penting dalam efektivitas komunikasi. Mahasiswa UIN Sumatera Utara mengungkapkan bahwa komunikasi melalui media sosial menjadi pilihan efektif karena memperluas jangkauan, meningkatkan interaksi, dan memfasilitasi penyebaran informasi. Dalam berkomunikasi, perhatian pada isi pesan, pemilihan media, tujuan komunikasi, serta peran komunikator akan mempengaruhi hasil dan efektivitas komunikasi dalam media sosial.

Kata Kunci: *Media sosial, komunikasi, karakteristik*

Abstract

Social media has an important role in the communication process in the current digital era. The effectiveness of communication in social media can be achieved through factors determining the audience, selecting communication media, assessing communication objectives, and the role of the communicator. Social media allows users to share, interact and create content easily. Characteristics of social media include networks, information, archives, interactions, social simulations, and content by users. The effectiveness of communication is seen from the achievement of previously planned goals. Factors such as communication strategy, determining the audience, selecting communication media, assessing communication objectives, and the role of the communicator play an important role in communication effectiveness. UIN North Sumatra students revealed that communication via social media is an effective choice because it expands reach, increases interaction, and facilitates the dissemination of information. In communicating, attention to the content of the message, media selection, communication objectives, and the role of the communicator will influence the results and effectiveness of communication on social media.

Keyword: *Social media, communication, characteristics*

PENDAHULUAN

Media sosial mempunyai kekuatan dalam memengaruhi opini publik. Penggalangan dukungan melalui media sosial menjadi lebih cepat dalam menyampaikan pesan. Karena itu, media sosial telah menempatkan ruang demokrasi dalam babak baru dari perspektif komunikasi politik. Dengan demikian, media sosial sebagai sarana komunikasi memiliki peran membawa orang (penggunanya) untuk berpartisipasi secara aktif dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, baik untuk membagi informasi maupun memberi respon secara online dalam waktu yang cepat (Budiyono, 2017).

Manusia yang hidup pada masyarakat informasi saat ini tidak hanya menghadapi tantangan terhadap penggunaan teknologi komunikasi, melainkan juga bagaimana menyingkapi teknologi itu sendiri. Adapun salah satu hasil dari kemajuan teknologi adalah Internet. Internet telah membuka dunia baru dan cara hidup yang baru bagi manusia. Manusia yang memiliki kemampuan untuk mengeksploitasi internet akan mendapatkan kemudahan dalam kehidupannya, seperti akses terhadap informasi yang tanpa batas, dan akses komunikasi kepada orang yang dikenal, bahkan kepada orang yang belum dikenal sekalipun. Selain itu Internet, sebagai hasil dari konvergensi media, telah melahirkan media-media baru yang dapat dimanfaatkan manusia untuk menyebarluaskan informasi serta menjalankan fungsi-fungsi media lainnya. Konvergensi media juga telah berhasil merubah sejarah media, Informasi tidak lagi beredar melalui televisi, radio, atau surat kabar saja melainkan juga melalui media sosial. Oleh karena itu, para pelaku media harus menemukan

cara dalam mengoptimalkan penggunaan media baru dengan format yang berbeda tersebut.

Penggunaan media social pada era digital di beberapa kegiatan sekarang sangatlah banyak digunakan di kalangan Masyarakat apalagi mahasiswa. Media social tidak hanya membantu dan mempermudah pekerjaan tetapi juga dapat mempersingkatnya. Tidak heran jika sekarang segala sesuatu yang berkaitan dengan informasi bisa dengan mudah di ketahui dan didapatkan, bahkan bisa lebih dari pada sekedar informasi. Akan tetapi dalam hal penggunaan media social juga memiliki aturan walau sebenarnya aturan tersebut bukanlah suatu keharusan, tetapi ada baiknya kita menggunakan media social dengan sangat-sangat bijak agar tidak terjadi suatu kesalahan dalam isu-isu tertentu. Sekarang media social memiliki peran yang begitu penting untuk mendukung dan memajukan setiap tujuan-tujuan suatu pekerjaan. Hal ini juga di karenakan adanya perubahan yang terjadi pada penggunaan media social.

Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (cognition), komunikasi (communicate) dan kerjasama (cooperation).

Sosial media membawa dampak besar terhadap perubahan dalam komunikasi, perubahan terjadi dengan signifikan dan mempengaruhi sisi kehidupan Masyarakat. We Are Social dalam Nasrullah (2015) menyimpulkan bahwa internet dan media social banyak di gunakan di Indonesia. Ada sekitar 38 juta lebih pengguna internet. Banyaknya pengguna media social ini dapat mengoptimalkan kehadirannya sebagai media komunikasi, sehingga kemudian memunculkan pertanyaan, bagaimana penggunaan media sosial untuk mengefektifkan cara berkomunikasi di dalam masyarakat, baik dalam bidang pemasaran, bidang politik maupun dalam bidang pembelajaran.

Perkembangan peneliti sebelumnya yang membahas tentang penggunaan media sosial terhadap efektivitas komunikasi memunculkan penelitian ini. Namun, pembahasan ini fokus mengambil penggunaan media sosial terhadap efektivitas komunikasi menurut perspektif mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara.

Kajian ini mengambil beberapa referensi penelitian sebelumnya yang relevan antara Lain: (Ahmad Setiadi, 2023) mengkaji "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi". (A. Sukrillah, 2017) mengkaji "Pemanfaatan Media Sosial Melalui WhatsApp Group FEI Sebagai Sarana Komunikasi". (Sukma Alam, 2021) mengkaji "Penggunaan Media Sosial Sebagai Komunikasi Politik".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Afrizal (2014:13) Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau menguantifikasikan data kualitatif yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis angka-angka. Pada penelitian ini, peneliti juga menggunakan studi literatur yang hanya berasal dari suatu karya tulis, dan juga hasil dari penelitian ini yang dipublikasikan dan juga yang belum dipublikasikan. Pada penelitian yang menggunakan metode studi literatur ini untuk data yang diperoleh berdasarkan dari sejumlah artikel yang dicari menggunakan database dari google *scholar* dan dari berbagai macam situs jurnal lainnya. Teknik penelitian ini adalah wawancara yang mendalam terhadap Mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Sumatera Utara untuk memperoleh data atau informasi yang akurat secara langsung. Data pada penelitian ini diperoleh melalui sumber data primer, yaitu hasil wawancara yang mendalam, observasi mengenai tinjauan yang dijadikan fokus ke penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Sosial

Saat ini perkembangan teknologi semakin pesat dan dunia dihadapkan dengan cepatnya perkembangan arus informasi. Kita tidak bisa membendung pemanfaatan alat teknologi sebagai media penyampaian informasi kepada masyarakat. Akan tetapi dengan adanya keberadaan teknologi yang memiliki perkembangan arus informasi saat ini harus dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi. Perkembangan teknologi selalu memudahkan manusia untuk bisa menerima informasi dengan mudah melalui gadget atau perangkat elektronik sebagai contoh dari kemajuan teknologi. Internet juga merupakan suatu layanan yang sangat digemari oleh masyarakat.

Teknologi ini telah mempengaruhi hampir semua sisi kehidupan manusia. Hal ini dibuktikan dengan adanya kenaikan pengguna internet yang cukup pesat di Indonesia. Berdasarkan hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, jumlah pengguna internet Indonesia mencapai 210 juta pengguna. Jumlah ini mengalami kenaikan sebanyak 77,02% dari tahun sebelumnya yang hanya menyentuh angka 73.70%. Ini adalah salah satu hal yang menunjukkan bahwa internet menjadi media yang banyak digunakan masyarakat Indonesia apabila dibandingkan dengan media lainnya seperti radio, televisi dan lain-lain. Manfaat dari internet dapat dirasakan oleh berbagai kalangan, mulai dari orang dewasa, remaja, maupun anak-anak. Seperti melakukan komunikasi jarak jauh tanpa mengenal jarak

dan waktu, bisa dibayangkan jika media tersebut digunakan dengan tujuan komunikasi, khalayak tidak lagi menunggu lama dalam mencari permasalahan seputar pesan yang ia butuhkan. Pengguna internet dapat menikmati fasilitas seperti website, blog, video, serta media sosial. Dengan banyaknya pilihan tersebut media sosial merupakan salah satu layanan yang digemari oleh masyarakat Indonesia.

Media sosial merupakan sebuah gambaran dari kemajuan teknologi informasi. Media sosial juga merupakan sebuah sarana komunikasi yang dapat digunakan sebagai tempat untuk mencari informasi (sumber informasi) (Neng Dewi Kurnia, 2018). Masyarakat memiliki kebebasan dalam memilih media sosial karena banyaknya platform dalam media sosial. Hal ini dikarenakan manusia sangat ingin mencoba hal baru yang berbeda dengan sebelumnya. Media sosial dapat memberikan pesan kepada jutaan manusia diseluruh dunia dengan cepat dan efisien. Tentunya hal ini dapat dimaksimalkan apabila setiap informasi yang diberikan itu bersifat kebaikan yang dapat diamalkan oleh semua orang.

Media sosial adalah media online yang memungkinkan penggunanya untuk bergabung, berbagi dan membuat konten dengan mudah. Kemajuan yang sangat cepat ini membuat media sosial mengalami perkembangan. Perkembangan media sosial juga berdampak langsung pada tingkah laku manusia sebagai sarana informasi, interaksi dan proses komunikasi antara dua orang atau lebih. Media sosial menjadi tempat limpahan semua aktivitas sehari-hari yang terkadang mengesampingkan berbagai etika yang ada. Contohnya seperti penggunaan bahasa informal yang tidak baku dalam komunikasi.

Media sosial juga berperan penting dalam proses komunikasi dikarenakan setiap orang dapat berkomunikasi hanya dengan melalui media sosial tanpa harus berjumpa satu sama lain. Hal ini memudahkan setiap orang untuk dapat berkomunikasi secara jauh dengan orang terdekatnya. Pada intinya, media sosial dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Media sosial diawali dari tiga hal yaitu *sharing*, *collaborating* dan *connecting*.

Selain berperan penting dalam proses komunikasi media sosial juga memiliki karakteristik, yang dapat membedakannya dengan media media lain. Karakteristik media sosial tidak jauh berbeda dengan media siber (*cyber*) dikarenakan media sosial merupakan salah satu platform dari media siber. Namun demikian, menurut Nasrullah media sosial memiliki karakter khusus, yaitu :

a. Jaringan (*network*)

Jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan antara computer dengan perangkat keras lainnya. Diperlukannya koneksi ini karena komunikasi bisa terjadi

apabila antar computer terhubung, termasuk di dalamnya perpindahan data.

b. Informasi

Informasi menjadi entitas penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi

c. Arsip

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun

d. Interaksi

Media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (follower) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.

e. Simulasi Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (society) di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real

f. Konten oleh pengguna

Di Media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

Efektivitas komunikasi

Efektivitas adalah komunikasi yang sesuai dengan sistem yang telah direncanakan sebelumnya. Dalam bahasa Inggris efektivitas berasal dari kata *Effectify* yang berarti dilakukan dengan baik atau sukses. Proses pencapaian tujuan yang telah direncanakan berdasarkan beberapa istilah yang sebelumnya sudah ditentukan seperti anggaran, waktu dan tenaga. Menurut Susanto Efektivitas merupakan kemampuan daya pesan untuk mempengaruhi kemampuan pesan-pesan kepada khalayak. Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia kata efektivitas berasal dari kata dasar "efektif" yang artinya ada efeknya (akibatnya, pengaruhnya, kesannya) manjur dan mujarab, dapat membawa keberhasilan. (Susanto, 2005)

Melalui definisi definisi yang telah dicantumkan diatas, dapat kita ambil kesimpulan bahwa efektivitas adalah tingkat keberhasilan maupun kesuksesan yang didapati melalui suatu perencanaan yang telah direncanakan dan sudah ditargetkan sebelumnya. Efektivitas juga merupakan salah satu point terpenting dalam melakukan kegiatan untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan oleh suatu perusahaan atau organisasi maupun lembaga dan tujuan dakwah itu sendiri. Maka dari itu jika ingin mendapatkan keberhasilan dari suatu kegiatan akan dilihat dari tingkat keefektifannya. Parameter Efektivitas bisa ditinjau dengan membandingkan antara rencana awal dengan hasil yang diperoleh pada kenyataannya. Jika saat pelaksanaan ada ketidaksesuaian ataupun kekeliruan yang dapat mengakibatkan target dan tujuan tidak terwujud atau tidak tercapai dengan rencana awal, maka hal tersebut tidak efektif.

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap pendapat, atau perilaku baik secara lisan maupun tak langsung melalui media. Komunikasi juga merupakan proses penyampaian informasi berupa pesan, ide, atau gagasan dari satu pihak ke pihak lain. Komunikasi juga akan lebih efektif apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat langsung dipahami dengan baik oleh komunikan. Pada hakikatnya proses komunikasi merupakan proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain. Pikiran tersebut merupakan gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya, yang dengan macam macam pikiran tersebut seorang komunikator mengharapkan respon dan pemahaman yang baik dari pesan yang telah diberikan kepada seorang komunikan

Ketika terjadinya proses komunikasi, pasti pihak yang terlibat dalam komunikasi tersebut ingin proses komunikasi tersebut menjadi efektif, yang artinya pasti menginginkan komunikasi yang dilakukan itu tepat, sesuai dengan pembahasan, dan berhasil komunikasinya melalui perencanaan yang telah disusun dengan baik. Maka dari itu ketika kita menginginkan komunikasi yang berhasil dan sesuai dengan rencana, dilihat dari tingkat keefektifannya. Menurut Efendy agar komunikasi berlangsung secara efektif maka perlu adanya strategi komunikasi yang memperhitungkan faktor pendukung dan penghambat komunikasi(Effendy, 2009) Empat faktor tersebut harus diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi ialah :

a. Menentukan Khalayak

Ketika seseorang ingin melancarkan komunikasi, maka sudah seharusnya perlu dipelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi. Tentu saja hal tersebut tergantung pada tujuan komunikasi, yakni apakah agar komunikan hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikan melakukan tindakan

tertentu (metode persuasive dan instruktif).

b. Pemilihan Media Komunikasi

Media komunikasi tentu tidak sedikit jumlahnya, bahkan ada banyak sekali media komunikasi yang dapat digunakan untuk berinteraksi melalui media sosial. Untuk mencapai sasaran komunikasi harus dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang hendak dicapai, pesan yang ingin disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan

c. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan yang disampaikan dalam komunikasi memiliki tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah teknik informasi, atau persuasi, atau bahkan instruksi. Apapun teknik yang diambil, komunikasi harus mengerti pesan komunikasi itu. Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan. Isi pesan komunikasi bisa satu, tetapi lambang yang dipergunakan bisa macam-macam.

d. Peranan komunikator dalam komunikasi

Faktor penting pada diri komunikator bila melancarkan komunikasi, yaitu daya tarik sumber (source attractiveness) dan kredibilitas sumber (source credibility). Ini disebabkan media sosial dapat memainkan peran sebagai media komunikasi. Komunikasi merupakan upaya menjadikan seluruh kegiatan pemasaran atau promosi perusahaan dapat menghasilkan citra atau image yang bersifat satu atau konsisten bagi perusahaan

Efektivitas Komunikasi Menurut Perspektif Mahasiswa UIN Sumatera Utara

Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang diinginkan semua orang. Salah satu ciri nya ialah ketika pesan yang disampaikan itu sampai dan membuat komunikan paham serta mengerti maksud dari pesan yang diberikan oleh komunikator. Seperti halnya melalui media sosial, maka setiap pesan yang diberikan harus bisa membuat orang yang menerima pesan komunikasi kita harus mengerti dan paham maksud dari pesan yang kita berikan. Seperti yang telah dijelaskan pada pembahasan efektivitas komunikasi, maka komunikasi yang efektif itu memiliki empat faktor yang mendukungnya, yaitu menentukan khalayak, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan komunikasi, serta peranan komunikator dalam komunikasi.

Ketika seseorang ingin berkomunikasi melalui media sosial maka sudah seharusnya mereka mengetahui siapa yang akan menjadi komunikannya. Karena apabila mereka tidak paham siapa yang menjadi komunikan maka dikhawatirkan pesan yang diberikan tidak dapat dipahami oleh komunikan yang menerima informasi tersebut. Ini adalah salah satu

strategi yang harus dimiliki komunikator untuk berkomunikasi apabila ingin komunikasi itu efektif. Berdasarkan hasil wawancara terhadap mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Sumatera Utara peneliti mendapatkan informasi bahwasanya komunikasi melalui media sosial termasuk komunikasi yang efektif dilakukan, karena kita bisa berkomunikasi secara jarak jauh hanya dengan menggunakan Handphone saja. Juga ketika ingin berkomunikasi melalui media sosial, maka harus kita ketahui komunikannya, apabila komunikannya lebih tua dari kita maka kita harus menggunakan kata kata yang sopan dan hormat, apabila komunikannya setara dengan kita, maka kita harus menggunakan kata kata baik, dan saling menghargai, lalu apabila komunikannya lebih muda dari kita, maka gunakan kata kata yang dapat ia mengerti apa sebenarnya maksud dan tujuan pesan komunikasi kita.

Media komunikasi banyak jumlahnya, mulai dari yang tradisional sampai yang modern yang dewasa ini banyak dipergunakan. Untuk mencapai efektivitas komunikasi, selanjutnya kita harus dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi tersebut itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan. Contohnya ialah, pesan melalui media tulisan atau cetakan dan media visual dapat dikaji berulang-ulang dan disimpan sebagai dokumentasi. Sementara itu pesan melalui media aural dapat didengarkan pada saat mata dan tangan dipergunakan untuk mengindra hal-hal lain, umpamanya mendengarkan berita radio ketika sedang mengemudikan mobil. Pesan melalui media audio-visual dapat ditangkap secara lengkap, dapat dilihat dan didengarkan. Sama halnya dengan media sosial, pesan yang diberikan dapat ditangkap oleh khalayak umum, serta dapat dilihat dan didengarkan secara jelas. Hal ini menunjukkan media sosial sebagai media komunikasi yang paling banyak digunakan oleh setiap orang, dikarenakan setiap pesan yang diinginkan itu ada dalam media sosial. Tentu setiap orang dapat memilih ketika ia ingin berkomunikasi, maka banyak media yang dapat digunakan, akan tetapi pasti setiap orang tahu kapan ia dapat menggunakan media tersebut sesuai kebutuhannya. Komunikasi melalui media sosial menjadi pilihan paling banyak digunakan, karena prosesnya yang mudah dan dapat dilakukan semua orang.

" Komunikasi dalam media sosial dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti postingan teks, gambar, video, atau audio. Pengguna juga dapat berinteraksi melalui komentar, pesan langsung, atau berbagai fitur lainnya seperti Polling atau Stories."

Seperti yang diucapkan oleh Nadra Rizki pada wawancara tanggal 21 Mei 2024

"menurut saya komunikasi dalam media sosial sangat efektif, karena kita bisa berkomunikasi dengan jarak jauh hanya melalui handphone saja, selain itu kita juga bisa

mengirim pesan berupa foto dan Vidio dengan mudah, itu merupakan cara yang sangat efektif dan memudahkan kita dalam berkomunikasi”

Seperti yang diucapkan oleh Dinda Andiani pada wawancara tanggal 21 Mei 2024

Selain pemilihan media komunikasi, maka ada langkah ketiga apabila komunikasi itu menjadi efektif yaitu pengkajian tujuan pesan komunikasi, saat ingin melakukan komunikasi, maka yang menjadi perhatian utama ialah tentang tujuan pesan komunikasi. Ketika ingin berkomunikasi maka dalam proses tujuan pesan komunikasi, terdapat beberapa teknik yang diambil, yaitu teknik persuasi, informasi, atau bahkan teknik instruksi. Adapun teknik yang ingin digunakan dalam mengirim pesan komunikasi harus jelas, apakah pesan itu bersifat informasi, persuasi, atau bahkan instruksi, agar para penerima pesan dapat mengetahui isi pesan tersebut, dan dapat dijalkannya dengan baik.

” jika kita berkomunikasi dengan media sosial untuk tetap menjalin pertemanan dengan teman kita yang berada di luar kota maka eratlah tali pertemanan itu”

Seperti yang dikatakan Dinda Andiani pada wawancara tanggal 21 mei 2024

”komunikasi melalui media sosial itu dapat bervariasi, contohnya seperti memperluas jaringan sosial dan memungkinkan terjalinnya hubungan batin”

Seperti yang dikatakan Fitriani Ritonga pada wawancara tanggal 21 Mei 2024

Berdasarkan hasil wawancara diatas, maka proses komunikasi melalui media sosial digunakan dalam teknik persuasi, yaitu mengajak seseorang untuk mengikuti apa yang kita inginkan. Teknik persuasi adalah teknik yang bersifat mengajak, dan menginginkan seseorang untuk selalu mengikuti apa yang kita laksanakan. Selain halnya persuasi, maka sifat lainnya yang dimiliki dalam pesan komunikasi ialah informasi. Informasi dalam komunikasi adalah salah satu sifat yang utama dalam setiap proses komunikasi, baik itu secara langsung maupun melalui media sosial. pesan yang baik adalah pesan yang memuat informasi baru yang tidak diketahui oleh penerima pesan atau komunikan. Informasi adalah hal yang sangat dinanti oleh setiap orang, akan tetapi dalam pesan yang bersifat informasi haruslah diteliti lebih dahulu agar tidak terjadinya kesalahan informasi atau *hoax*.

’secara keseluruhan, media sosial sangat membantu dalam berkomunikasi dengan memperluas jangkauan, meningkatkan interaksi, dan memfasilitasi penyebaran informasi.”

Seperti yang dikatakan oleh Tania dalam wawancara tanggal 22 Mei 2024.

Faktor terakhir yang harus ada dalam efektivitas komunikasi itu ialah, peran komunikator terhadap komunikasi. Peran komunikator dalam komunikasi sangat penting apabila ingin komunikasi itu efektif. Ada dua hal penting yang harus ada dalam diri komunikator apabila ia ingin melancarkan komunikasi, terutama melalui media sosial. yang pertama adalah daya tarik sumber, dan yang kedua adalah kredibilitas sumber.

a. Daya tarik sumber

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya. Maksudnya ialah, komunikan merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya sehingga komunikan bersedia ikut dengannya

b. Kredibilitas sumber

Kepercayaan komunikan pada komunikator adalah salah satu penyebab komunikasi efektif. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator. Seorang dokter akan mendapatkan kepercayaan ketika ia berbicara mengenai kesehatan, seorang tentara akan mendapatkan kepercayaan apabila ia berbicara tentang strategi perang, dan seorang duta besar akan mendapatkan kepercayaan apabila ia berbicara mengenai situasi internasional.

Berdasarkan dua hal tersebut, seorang komunikator dalam menghadapi komunikan harus bersikap empatik, yaitu kemampuan seseorang untuk memproyeksikan dirinya kepada peranan orang lain. Dengan kata lain, dapat merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain. Seorang komunikator harus bersikap empatik ketika ia berkomunikasi dengan komunikan yang sedang sibuk, marah, bingung, sedih, sakit, kecewa, dan sebagainya. Maka dari itu dua hal tersebut harus dimiliki oleh seorang komunikator apabila ingin mendapatkan komunikasi yang efektif.

"penting bagi kita untuk memerhatikan penggunaan media sosial dalam berkomunikasi, karena setiap orang yang menjadi komunikator harus memerhatikan isi pesan yang ia berikan kepada komunikaan, karena ini dapat memengaruhi keefektifan komunikasi dalam media sosial."

Seperti yang dikatakan oleh Dinda Andiani pada wawancara tanggal 21 Mei 2024

Oleh karena itu, ketika ingin berkomunikasi melalui media sosial, maka keempat faktor tersebut harus kita lakukan agar mendapatkan efektivitas dari komunikasi yang kita lakukan. Setiap orang pasti memiliki cara tersendiri baginya untuk melakukan komunikasi, akan tetapi seiring dengan berkembangnya teknologi, maka banyak yang beralih untuk melakukan komunikasi melalui media sosial. berdasarkan hasil wawancara kepada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara, para responden mengatakan komunikasi melalui media sosial itu efektif dan sangat sering digunakan pada masa kini, dikarenakan keuntungan-keuntungan yang didapatkan dari media sosial daripada komunikasi melalui media lain.

SIMPULAN

Media sosial merupakan sebuah gambaran dari kemajuan teknologi informasi. Media sosial juga merupakan sebuah sarana komunikasi yang dapat digunakan sebagai tempat untuk mencari informasi. Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap pendapat, atau perilaku baik secara lisan maupun tak langsung melalui media. Komunikasi akan lebih efektif apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat langsung dipahami dengan baik oleh komunikan. Media sosial juga berperan penting dalam proses komunikasi dikarenakan setiap orang dapat berkomunikasi hanya dengan melalui media sosial tanpa harus berjumpa satu sama lain. Komunikasi melalui media sosial akan efektif apabila memiliki empat faktor yaitu, menentukan khalayak, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi, dan peranan komunikator dalam komunikasi

Berdasarkan hasil penelitian kepada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara komunikasi melalui media sosial itu efektif dan sangat sering digunakan pada masa kini, dikarenakan keuntungan yang didapatkan dari media sosial lebih banyak daripada komunikasi melalui media lain.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII Di Indonesia Digital Outlook 6066," www.apjii.or.id, June 9, 6066, https://apjii.or.id/berita/d/apjiidiindonesia-digital-outlook-2022_857
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. Komunikasi; Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Kompasiana. (2021). Komunikasi Era Digital: Etika Komunikasi dalam Media Sosial (Instagram). <https://www.kompasiana.com/syulatu-ddifa1605/61b3eb8e75ead67d3c615c74/komunikasi-era-digital-etikakomunikasi-dalam-media-sosialinstagram>
- Nasrullah, Rulli. 2014. Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). Jakarta : Kencana Prenadamedia Group
- Neng Dewi Kurnia, Riche Cynthia Johan, and Gema Rullyana, "Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media di UPT Perpustakaan ITENAS," *EduLib* 8, no. 1 (July 24, 2018): 1, <https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.1020>
- Perssela, R. P., Mahendra, R., & Rahmadiani, W. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi.
- Puntoadi, Danis. 2011. Menciptakan Penjualan Melalui Social Media. Jakarta: Elex Media Komputindo

Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16(2).

Susanto, Azhar. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Ghaila Indonesia, 2005, 156