

BUKU

**KARAKTER PENGGUNA
MEDIA SOSIAL**



Renatha Ernawati



KARAKTER PENGGUNA MEDIA SOSIAL FACEBOOK

KARAKTER PENGGUNA MEDIA SOSIAL FACEBOOK

Renatha Ernawati



KARAKTER PENGGUNA MEDIA SOSIAL FACEBOOK

© Penerbit Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia (PRCI)

Penulis:

Renatha Ernawati

Editor: Jitu Halomoan Lumbantoruan

Cetakan Pertama: Oktober 2022

Cover: Rusli

Tata Letak: Tim Kreatif PRCI

Hak Cipta 2022, pada Penulis. Diterbitkan pertama kali oleh:

Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT

Pondok Karisma Residence Jalan Raflesia VI D.151
Panglayungan, Cipedes Tasikmalaya – 085223186009

Website: www.rcipress.rcipublisher.org
E-mail: rumahcemerlangindonesia@gmail.com

Copyright © 2022 by Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
All Right Reserved

- Cet. I –: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2022
; 14,8 x 21 cm
ISBN: 978-623-448-232-4

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan
cara apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang
Hak Cipta Pasal 72

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
Pasal 72

Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

KATA PENGANTAR

Saya mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena kasih saya dapat menyusun dan menyelesaikan buku yang berjudul “Karakter Pengguna Media Sosial Facebook”. Sekalipun banyak rintangan dan hambatan dalam proses pembuatan buku ini, tetapi saya bersyukur buku ini dapat selesai tepat waktu. Adapun tujuan penyusunan ini adalah untuk diketahui oleh masyarakat, bahwa media facebook menjadi sarana komunikasi yang baik jika dipergunakan dengan baik dan berlaku sebaliknya. Penyusunan Buku ini tidak terlepas dari dukungan berbagai kalangan oleh karena itu, penulis berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan saran dan pandangan terhadap buku ini. Saya menyadari bahwa ini jauh dari kata sempurna oleh karena itu saya menerima kritik dan saran yang bersifat positif untuk menyempurnakan untuk edisi selanjutnya. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dalam menyadarkan bahanya jika penggunaan facebook salah sasaran. Akhir kata saya ucapkan terimakasih

Jakarta 26 September 2022

Renatha Ernawati

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
Renatha Ernawati	i
DAFTAR ISI	ii
BAB 1 NILAI POSITIF CARA PENGGUNAAN FACEBOOK.....	1
Sejarah dan Manfaat Facebook.....	1
 BAB 2 FACEBOOK SEBAGAI MEDIA.....	24
Kepribadian yang ketergantungan terhadap Facebook.....	24
Facebook adalah media	29
Facebook dijadikan periklanan online	31
Facebook dijadikan Penyebaran Hoax	34
Mengetahui jurnalistik yang dapat dipercaya.....	42
 BAB 3 DEMOKRASI DALAM FACEBOOK.....	44
Facebook dijadikan ajang kampanye	45
Keamanan nasional dari Facebook.....	49
Terorisme	51
Terorisme nasionalis dalam tubuh	53
Facebook dan hak asasi manusia internasional	57
Privasi Facebook dimasa yang Akan datang.....	59
 BAB 4 KETERGANTUNGAN TERHADAP FACEBOOK.....	62
Facebook salah satu sumber informasi	62
 BAB 5 DEMOKRASI MENULIS DI FACEBOOK	85
Revolusi Jejaring Sosial.....	88
Daya Tarik Facebook terhadap pengguna	92
Facebook sebagai Media alat komunikasi.....	97
Kinerja Facebook dan Identitas.....	98

Facebook dan Identitas Politik masyarakat	106
Facebook dan Politik Pribadi.....	109
Menggunakan facebook dalam membully lawan politik	111
 BAB 6 FACEBOOK DAN SISI POSITIF	115
Kekuatan Facebook	117
Bias Selektivitas/Homogenitas.....	127
Slacktivisme	130
Pembagian Digital	135
Facebook Pribadi positif.....	139
Facebook Dipergunakan Publik Tujuan Positif.....	143
 KESIMPULAN	150
DAFTAR PUSTAKA.....	155

BAB 1

NILAI POSITIF CARA PENGGUNAAN FACEBOOK

Sejarah dan Manfaat Facebook

New York Times, dan Channel Four memecahkan cerita Cambridge Analytica (Han 2012) Facebook menjalankan iklan satu halaman penuh di broadsheets utama di AS dan Inggris, dengan mengatakan, 'Kami memiliki tanggung jawab untuk melindungi informasi Anda. Jika kami tidak bisa, kami tidak pantas mendapatkannya pujian dan penghargaan dari saudara', di atas tanda tangan Mark Zuckerberg. Facebook terus menjalankan iklan cetak selama dari 2018 sampai saat ini, banyak orang memperingatkan pembaca tentang apa yang dilakukan untuk memerangi intimidasi online, mengarahkan orang tua ke panduan online tentang bagaimana anak-anak mereka dapat tetap aman saat online, mengarahkan pengguna ke informasi online tentang apa yang dilakukan Facebook dengan informasi pribadi mereka, dan bagaimana mereka dapat mengendalikannya dan memberi tahu mereka tentang langkah-langkah yang telah diambil Facebook untuk menjaga orang tetap aman saat online dengan merekrut lebih banyak 'pakar keamanan' di bawah slogan 'apa yang penting bagi Anda, penting bagi kami'. Sebelum Cambridge Analytica, Facebook juga telah menjalankan

serangkaian iklan pada awal 2018 yang menggambarkan bagaimana usaha kecil di Inggris mendapat manfaat dari hubungan mereka dengan Facebook. Dengan slogan "Ayo bekerja", iklan tersebut berfokus pada studi kasus bisnis kecil yang telah diiklankan di Facebook: James menjual British Ale kepada pelanggan di seluruh Italia, Amerika, dan Jepang. Antrian Charlotte semakin lama semakin panjang. Jacqui bekerja di apartemennya di Hackney dan memiliki toko di Seoul. Guy mulai dengan satu kotak sayuran. Sekarang facebook membantunya menjual dua juta di Inggris. Tahun lalu, Mark rata-rata mendapatkan pelanggan baru setiap hari. Holly, Paul, dan Tim bertemu pelanggan dari Brick Lane ke Bahrain. Perusahaan-perusahaan yang ditampilkan termasuk produsen real-ale, tukang daging, pembuat kerajinan, petani organik, dan penata rambut. Semua orang mengenali perusahaan tersebut di salah satu iklan: 'David dan Clare mengirimkan jeans ke seluruh dunia dan menciptakan lapangan kerja di kota mereka' – kisah yang menginspirasi dari Hiut Denim. Seperti yang dikatakan situs webnya, Cardigan adalah Kota kecil dengan 4.000 orang baik. 400 di antaranya digunakan untuk membuat jeans. Mereka membuat 35.000 pasang seminggu. Selama tiga dekade. Kemudian suatu hari pabrik tutup. Itu meninggalkan Kota. Tetapi semua keterampilan dan pengetahuan itu tetap ada. Tanpa Cara APA pun untuk menunjukkan kepada dunia APA yang bisa mereka lakukan. Untuk menggunakan

semua keterampilan itu di depan pintu kita. Dan untuk menghembuskan kehidupan baru ke Kota kami.

Han (2012) yang sebelumnya memiliki perusahaan pakaian Howie's, dijual ke Timberland pada tahun 2007 tetapi dibeli kembali oleh manajemennya pada tahun 2012, mendirikan bisnis mereka pada tahun 2012 untuk membuat jeans denim berkualitas tinggi menggunakan keterampilan mantan pekerja pabrik. Perusahaan sekarang memiliki pelanggan di seluruh dunia. David, yang memiliki latar belakang periklanan, mengatakan kepada BBC pada tahun 2017, 'Hal yang menarik tentang media sosial bagi saya adalah Facebook, Instagram, Twitter, dan SnapChat Anda harus memiliki anggaran yang besar untuk menceritakan kisah Anda secara langsung. Hiut Denim juga telah menciptakan 'Do Lectures', sebuah acara tahunan di West Wales, dengan lokakarya dan pembicaraan terkait, dengan penekanan mereka pada mendorong orang tua untuk mengambil langkah pertama untuk mengubah keadaan menjadi lebih baik, belajar dari keberhasilan orang lain. Pada tahun 2018, perusahaan mencapai perhatian global yang lebih besar ketika aktris Meghan Markle mengenakan celana Jins mereka saat berkunjung ke Cardiff dan mempromosikan melalui facebook. Dia mengatakan kepada David tentang keterlibatan perusahaan dengan Facebook. Awalnya, mereka tidak menggunakan platform tersebut, tetapi kemudian mereka menghadiri pertemuan yang dipimpin Instagram di London di mana mereka belajar tentang

kekuatannya untuk membangun komunitas dan membantu menjual jeans mereka. Mereka mulai paling banyak di Instagram tetapi sekarang dipasarkan melalui Facebook juga. Mereka telah menggunakan halaman Facebook untuk koneksi organik dengan audiens mereka tetapi juga menggunakan alat periklanan Facebook, seperti alat Pemirsa Serupa.

Putusan David adalah bahwa pengalaman itu pasti berhasil 'dari sudut pandang pembuat kecil, itu memungkinkan mereka untuk menemukan audiens yang seharusnya mereka keluarkan lebih banyak uang untuk dijangkau'. Mereka tidak mampu membeli TV atau iklan pers bahkan pers lokal. Mereka menggunakan jalur komunikasi lain seperti buletin mereka, yang merupakan salah satu alat utama mereka tetapi juga lokakarya dan mendapatkan publisitas mereka baru-baru ini ditampilkan di Wall Street Journal pada saat saya mewawancarainya.⁴ Mereka diundang ke Facebook dewan bisnis kecil, yang memberi mereka wawasan tentang cara tumbuh, menguasai kelas, dan berjejaring dengan pembuat lain, yang memungkinkan mereka belajar dari pengalaman orang lain di Inggris dan bahkan di Amerika Serikat. Bisnis mereka ditampilkan dalam iklan pers Facebook di Inggris dan iklan poster di London, yang membantu membangun kesadaran. Facebook adalah keduanya penting untuk buletin mereka untuk pemasaran mereka. Tanpa itu, mereka tidak Akan begitu sukses. Hiut Denim juga tampil dalam iklan televisi di bawah garis tali dan

4 |Karakter Pengguna Media Sosial Facebook

berkata Ayo bekerja' yang Sama, seperti yang dilakukan perusahaan lain yang berbasis di Wales, Recycle Scooters. Ini adalah bisnis yang dijalankan dari Cwmbach di atas Lembah Cynon oleh Helen Walbey dan suaminya, Stephen. Helen menjelaskan, didekati untuk menjadi salah satu dari enam bisnis dalam kampanye. Saya melakukan syuting sepanjang hari dengan kru film profesional, dan sejumlah anggota Tim Facebook, untuk menyusun kampanye iklan nasional ini. Mereka termasuk dua puluh bisnis ketika mereka sedang syuting, dan enam dari kami berhasil. Saya adalah salah satu bisnis unggulan.

Dalam wawancara dengan Helen adalah seorang mahasiswa pascasarjana di Cardiff Business School, tempat saya bekerja, tetapi dia berangkat untuk pekerjaan di luar negeri sebagai Kepala Global untuk Inklusi Keuangan dan Gender Wanita di sebuah organisasi bernama Aliansi untuk Inklusi Keuangan, yang dalam sepuluh tahun telah membawa sekitar 630 juta orang akses ke perbankan. Dia mengatakan 'kami berdagang selama empat belas tahun dan kami memiliki Halaman Facebook cukup banyak sejak kami memulai, dan kami menjual secara global, terutama melalui eBay'. Facebook digunakan untuk mempromosikan bisnis (Nazarkina 2011). Di halaman Facebook mereka, yang memiliki lebih dari 4.700 suka dan pengikut, mereka akan berbagi informasi dan berita tentang industri sepeda motor, peraturan baru, dan sebagainya. Mereka Akan melakukan sejumlah kecil iklan di Facebook juga

untuk mengarahkan orang ke promosi di toko eBay mereka. Terkadang kami hanya melakukan tiga hari, atau kami Akan melakukan gerakan pro yang lebih lama selama mungkin dua minggu, tetapi kami menggunakan semua data yang kami dapatkan untuk mengidentifikasi kapan waktu terbaik untuk melakukan penjualan, jenis orang yang terlibat. Dia berkata, 'Analisis Facebook sangat bagus jika Anda tahu Cara menggunakannya untuk memungkinkan Anda menargetkan orang yang sangat spesifik dengan promosi dan iklan yang sangat bertarget'. Informasi demografis – misalnya, rentang usia mereka yang mengklik, sangat berharga. Facebook juga meningkatkan 'jejak kaki lokal' ke unit industri mereka. Helen menginvestasikan waktu untuk mempelajari Cara memasarkan yang lebih baik: Jadi ada sesuatu yang disebut Cetak Biru Facebook dan Cetak Biru Facebook adalah database tutorial dan lokakarya mereka. Saya telah melalui banyak hal tentang Cetak Biru dan belajar bagaimana sebenarnya mengemudikan Facebook. Jika Anda benar-benar mulai menjalankan kampanye mikro ini dan kemudian mengubah salah satu metrik di dalamnya dan kemudian memeriksa respons seperti APA yang Anda dapatkan, Anda benar-benar dapat menargetkan hal-hal dengan sangat baik. Dan itu benar. Itu tidak bekerja. Tapi itu hanya berhasil karena mereka memiliki begitu banyak data tentang kita semua. Helen secara aktif terlibat sebagai Ketua Portofolio Kebijakan Nasional Federasi Bisnis Kecil (FSB) untuk Keanekaragaman dan Inklusi. Ketika Face-book

menjalankan kampanye SheMeansBusiness mereka untuk mempromosikan wirausahawan wanita, mereka memilih beberapa usaha kecil yang dijalankan oleh wanita: Karena tidak ada tempat pembuangan sampah yang dijalankan oleh wanita, kebetulan saya adalah salah satu bisnis yang mereka pilih. Karena juga, jika Anda memikirkan visual Facebook, bisnis saya sempurna untuk visual semacam itu, karena semuanya berwarna cerah, banyak hal kotor, banyak hal berisik, banyak hal yang bisa meledak. Untuk rekaman video terlihat bagus. Dan tentu saja fakta bahwa saya kecil dan perempuan melakukan sesuatu dalam stereotip industri laki-laki bekerja sangat baik untuk APA yang mereka coba capai. Helen diundang untuk berbicara pada peluncuran. Shemeansbusiness. Dia diundang ke pertemuan puncak bisnis kecil Eropa Facebook, yang disebut GATHER, di Brussels pada 2018, dan juga ke tahun-tahun berikutnya di Dublin. 'Sangat apik, sangat sangat sangat multi-nasional, mereka memiliki pengusaha dari seluruh Eropa. Acara berfokus pada Facebook, 'Instagram, AI, pembelajaran mesin, banyak hal dengan menggunakan metrik lagi'. Tim manajemen senior Facebook Eropa, Timur Tengah, Afrika hadir, dan Sheryl Sandberg terbang untuk memberikan ceramah.

Helen kemudian menjadi tidak nyaman dengan tantangan data Facebook dan menonaktifkan akun Facebook pribadinya. Akademisi menyebut peluang teknis yang ditawarkan oleh perusahaan media sosial sebagai 'keterjangkauan': mereka memberikan manfaat

nyata bagi pengguna, dikondisikan oleh fitur desain yang dihadirkan oleh teknologi. Keterjangkauan yang ditawarkan oleh Facebook, Instagram, dan WhatsApp adalah nyata dan digunakan serta dialami setiap hari oleh pengguna secara pribadi, sipil, atau komersial. Pengalaman seperti yang dialami Hiut Denim dan Recycle Scooters memberikan contoh mengapa, terlepas dari kampanye #deletefacebook dan kepergian beberapa selebritas terkenal, Facebook tetap ada. Facebook telah memberikan proyeksi merek ke banyak usaha kecil dengan harga terjangkau. Para eksekutif Facebook, khususnya Sheryl Sandberg, suka mengutip contoh bisnis kecil di antara tujuh juta pengiklan yang telah diuntungkan dari kehadiran Facebook.⁹ Solusi untuk tantangan yang dimunculkan Facebook bukanlah menghapusnya tetapi mengaturnya. Mengingat tingginya persentase orang yang sekarang menggunakan atau telah menggunakan Facebook di seluruh dunia, saat ini tidak banyak yang perlu menjelaskan proses pembuatan akun; membuat profil; mengunggah foto, video, dan berita; menambahkan teman; bergabung dengan grup atau membuat Grup atau Halaman; bertukar pesan; mengorganisir acara; menerima pemberitahuan; menyukai; komentar; dan berbagi. Seperti yang dikatakan Zeynep Tufekci, Facebook telah diadopsi dengan cepat di hampir setiap negara tempat dan diperkenalkan karena memenuhi keinginan dasar manusia untuk terhubung dengan keluarga dan teman. Lebih dari 1 miliar telah

dikumpulkan untuk amal di Facebook. Tarian affor baru dibuat tanpa pengguna memintanya Marketplace memungkinkan orang membuat daftar barang untuk dijual atau menemukan barang untuk dibeli, misalnya. Beberapa misalnya, Facebook Stories dan meniru platform lain, seperti Snap-Chat. Keterjangkauan Facebook dirasakan dan digunakan secara kekeluargaan, profesional, komunal, sosial dan nasional, meskipun beberapa penelitian Inggris baru-baru ini telah menyarankan bahwa orang mungkin menjauh dari Facebook sebagai sarana utama mereka untuk tetap berhubungan dengan teman, sambil condong ke orang lain.

Layanan milik Facebook seperti WhatsApp, terutama berlaku untuk orang yang lebih muda. Pola penggunaan ini juga telah dilaporkan di AS. Kepemilikan Facebook atas Instagram, WhatsApp, dan Messenger telah memperluas jangkauan keterjangkauan. Mereka termasuk di antara 5 aplikasi unduhan teratas di dua toko aplikasi ponsel utama, Apple dan Google Play. Lebih dari 50% orang di dunia termasuk Indonesia yang disurvei pada April 2018 tidak tahu bahwa Facebook memiliki Instagram. Platform media sosial, catat Zizi Papacharissi, dapat memperkuat kecenderungan untuk mengartikulasikan nilai dan Gaya hidup masyarakat, tetapi ini sendiri dapat menjadi pernyataan politik dan mempengaruhi phisikologis. Instagram, yang dimulai sebagai situs fotografi murni dengan filter keren telah menjadi semacam platform untuk fotografi desain,

makanan, dan Gaya hidup, di mana pengguna biasa mengikuti selebritas dan influencer: fotografi, seperti yang dikatakan Siva Vaidhyanathan, mengikuti Susan Sontag, membuat ketagihan. Zeynep Tufekci mencatat bahwa WhatsApp sebagai layanan pesan terenkripsi menawarkan keterjangkauan khusus, tidak terkecuali untuk aktivis gerakan sosial. Messenger sebagai aplikasi adalah perluasan dari bagian obrolan dan pesan dari aplikasi Facebook desktop asli, yang dengan sendirinya menjadi sangat dikomersialkan dengan iklan konsumen, akun bisnis, game, dan layanan lainnya. Seperti Facebook, Instagram telah menambahkan fitur dari waktu ke waktu, seperti video, Stories, dan sekarang Instagram TV. Instagram telah menjadi lebih dikomersialkan dari waktu ke waktu dengan iklan atau posting bersponsor yang sekarang ditampilkan di umpan pengguna secara lebih teratur dan fitur 'Belanja Instagram' interaktif, yang telah mengembangkan platform menjadi situs e-niaga, dan media internasional penuh dengan cerita tentang orang-orang yang mengaku sebagai 'influencer Instagram', termasuk orang tua yang memasarkan anaknya, beberapa di antaranya memang masih sangat muda. Influencer ini - pada dasarnya selebritas atau orang-orang dengan banyak pengikut, dibayar untuk mendukung produk dan layanan di pos media sosial mereka. Praktek ini sekarang sedang diatur oleh FTC di AS. WhatsApp dan Facebook Messenger juga semakin menjadi ruang komersial, dengan iklan di Messenger diluncurkan pada 2018.13.

Sejarah hari-hari awal Facebook dipenuhi dengan referensi ke para insinyur yang berkomunikasi di AOL Instant Messenger, dan mantan wakil presiden pertumbuhan Facebook pernah menjadi wakil presidennya. Tidak mengherankan jika pesan memainkan peran penting dalam strategi pertumbuhan baru Facebook. Keterjangkauan WhatsApp pada pandangan pertama tampak lebih seperti pesan teks, dengan keuntungan bahwa pesan yang dikirim melalui Wi-Fi gratis dan sepenuhnya dienkripsi melalui enkripsi ujung ke ujung. Kemudahan membentuk kelompok dan materi yang beredar di dalamnya adalah keterjangkauan lain yang jelas. Pengguna juga dapat mengirim 'pesan siaran' ke semua yang memiliki nomor ponsel mereka. Obrolan disimpan dengan Cara yang mudah digunakan, dan pesan WhatsApp sekarang dapat digunakan di komputer desktop juga. Mereka digunakan oleh gerakan protes, partai politik dan gerakan sipil. Facebook Messenger lebih terintegrasi dengan profil Facebook pengguna daripada WhatsApp. Facebook Messenger tidak menggunakan enkripsi ujung ke ujung tetapi mengenkripsi pesan secara default dari pengirim ke servernya dan kemudian mengenkripsinya lagi antara server dan penerima. Tidak seperti WhatsApp, tidak ada batasan jumlah foto yang bisa dikirim. Namun, tidak seperti WhatsApp, penghapusan pesan saat ini tidak memungkinkan, meskipun fitur penghapusan telah dijanjikan sejak terungkap bahwa Mark Zuckerberg dapat menghapus pesannya. Pada Desember 2017,

Facebook meluncurkan Messenger Kids untuk anak di bawah 13 tahun. , ditujukan untuk audiens tanpa telepon, di mana persetujuan orang tua diperlukan untuk afiliasi, tidak ada iklan dan data tidak dikumpulkan. Kurang dari dua puluh lima mil di utara Cardiff Business School, tempat buku ini sebagian besar dicakup dan ditulis, terletak desa Blaencwm, bersarang di perbukitan lembah yang dikenal sebagai Rhondda Fawr, tidak jauh dari gunung berpuncak datar Pen Pych, ditata oleh layanan pemetaan Ordnance Survey Inggris sebagai Table Mountain milik Lembah Rhondda. Dalam beberapa menit, Anda dapat berjalan kaki dari Blaencwm ke lokasi terowongan kereta API dua mil bekas yang dibuka pada tahun 1890, yang digunakan untuk mengangkut batubara dari bekas tambang batu bara Lembah Rhondda ke pelabuhan Port Talbot (Sans et al. 1995), Baglan Neath dan Swansea untuk pengiriman ke seluruh dunia tetapi ditutup 50 tahun yang lalu. Dalam beberapa tahun terakhir, telah ada kampanye masyarakat sipil yang berkembang agar Terowongan Kereta Rhondda dan Swansea Bay, untuk memberikan judul lengkapnya, dibuka kembali sebagai terowongan terpanjang untuk bersepeda dan berjalan kaki di Eropa dan hal ini facebook yang menjadi alat dalam mengkampanyekan informasi tersebut kepada masyarakat di sana. Rhondda Tunnel Society, dibentuk pada tahun 2014 dengan tujuan sederhana untuk menempatkan landasan yang baru ditemukan untuk terowongan di lokasi yang sesuai, telah berkembang,

seperti yang dikatakan situs webnya, 'dengan bantuan media sosial modern', menjadi kampanye untuk memiliki Terowongan dibuka kembali, dengan keanggotaan di seluruh dunia yang mendukung. Sebagai anggota Majelis konstituen lokal, saya membantu masyarakat untuk mendapatkan Dana awal untuk studi pemeriksaan untuk menilai kelayakan pembukaan kembali. Komunitas tersebut memiliki grup Facebook dengan lebih dari 4.000 anggota, yang terus berkembang sejak media Welsh melaporkan rencana komunitas tersebut pada awal tahun 2015 dan memiliki halaman Facebook dengan 1.700 suka. Facebook telah menjadi platform bagi masyarakat dalam berkomunikasi dengan anggotanya secara lokal dan di seluruh dunia; berbagi informasi tentang liputan media dan dukungan dari pemerintah Welsh dan pemerintah daerah, selebriti dan politisi; menyambut anggota baru dengan Nama; dan penggalangan Dana. Apa yang dimulai sebagai visi romantis di benak pendirinya, Stephen Mackey, telah berkembang, melalui energi komite masyarakat dan kemampuan organisasi media sosial seperti Facebook, menjadi kampanye yang didukung dengan baik dengan dukungan institusional, keahlian teknik dan ekstensif. Liputan di media cetak, radio, dan televisi arus utama yang populer.

Masyarakat Terowongan Rhondda hanyalah salah satu contoh jaringan kuat organisasi sipil di Lembah Rhondda yang secara aktif menggunakan Facebook untuk berkomunikasi antar anggota, mengatur,

mengatur acara, kampanye, dan berbagi informasi melintasi dua lembah dan di dalam desa dan kota mereka. Facebook digunakan sebagai media komunikasi antara warga negara dan perwakilan terpilih mereka di tingkat dewan lokal, Majelis Nasional untuk Wales's dan Parlemen Inggris. Informasi, berita lokal, foto dan sejarah dibagikan, persahabatan dan hubungan keluarga dipertahankan dan peristiwa kehidupan direkam, dirayakan, ditangisi, diingat atau didiskusikan. Facebook telah menjadi platform untuk kampanye tentang masalah pendidikan dan kesehatan lokal, seperti reorganisasi sekolah dan rumah sakit. Aktivitas Facebook saya sendiri seperti kebanyakan politisi lain, dilihat dari penelitian akademis. Di Wales, bahasa Inggris dan bahasa Welsh memiliki status hukum yang Sama. Hasil survei tahunan menunjukkan 29% orang di atas tiga tahun dapat berbicara bahasa Welsh dari populasi sekitar 3 juta (Hew 2011). Sejak 2008 dan seterusnya, Facebook memungkinkan untuk menerjemahkan antarmuka Facebook ke dalam bahasa selain bahasa Inggris, dimulai dengan bahasa yang membuat kasus keuangan paling menarik.¹⁹ Antarmuka Facebook telah diterjemahkan ke dalam bahasa Welsh oleh sekelompok sukarelawan yang bersedia, beberapa di antaranya menanggapi sebuah iklan dan orang lain yang melihat teman-teman mendiskusikan proyek penerjemahan di Facebook, memberikan infrastruktur platform massal kepada pengguna berbahasa Welsh untuk melakukan percakapan melalui bahasa pilihan

mereka. Robert Jones, salah satu peserta latihan penerjemahan, mengatakan kepada saya, antarmuka terjemahan mudah digunakan, dan instruksinya mudah dipahami. Prosesnya sederhana. Dia mengingat perdebatan yang melibatkan orang-orang dari latar belakang yang berbeda tentang sifat bahasa yang Akan digunakan – informal atau formal, dialek utara atau selatan – bukan hanya sarjana atau ahli bahasa. Dia menekankan pentingnya memiliki antarmuka dalam bahasa Welsh: Sebagai seseorang yang tinggal dan berasal dari luar negeri, yang bekerja secara profesional dan pribadi dalam berbagai bahasa, memiliki antarmuka dalam bahasa Welsh sangat penting bagi saya. Ini memberi saya kesempatan lain untuk melihat dan berinteraksi dengan bahasa setiap hari.

Beberapa dari mereka yang terlibat dalam proyek penerjemahan, seperti Chris Griffiths, salah satu penerjemah aplikasi web yang paling produktif, telah mengambil bagian dalam menerjemahkan aplikasi sebelumnya. Dia sering menjadi salah satu penerjemah Facebook dengan peringkat tertinggi ke bahasa Welsh. Chris mengatakan dia marah ketika perusahaan gagal menyediakan layanan digital di Welsh. Dia menyukai gagasan terjemahan crowd-sourcing, yang merupakan Cara yang bagus untuk melibatkan orang-orang dalam mencapai tujuan layanan bahasa Welsh. Dia mencatat bahwa Facebook ingin layanannya tersedia dalam semua bahasa tetapi menyadari ini mungkin karena alasan yang berbeda dengan mereka yang melakukan

terjemahan. Yang penting dari sudut pandangnya adalah bahwa layanan itu tersedia untuk dia dan orang lain untuk digunakan dalam bahasa Welsh, dan itu berarti bahwa penutur bahasa Welsh yang kurang nyaman dalam bahasa Inggris (Caers et al. 2013), termasuk orang tua, dapat menggunakannya dalam bahasa mereka sendiri. Ini juga berarti bahwa pelajar bahasa Welsh dapat mengalihkan antarmuka mereka ke bahasa Welsh, yang dapat membantu mereka dalam pengalaman belajar mereka. Salah satu dari mereka yang terlibat, Sion Jobbins, mengatakan dia merasa Facebook bisa menyediakan antarmuka berbahasa Welsh sendiri, karena mereka punya uang dan itu akan sesuai dengan tujuan mereka meluncurkan platform secara global. Memiliki antarmuka di Welsh menguntungkan tujuan Facebook menjadi jaringan 'sosial'. Ini mengangkat profil Welsh, yang sangat penting, dan masuk akal bagi perusahaan yang berbicara tentang 'masyarakat' dan 'menghubungkan orang' untuk melakukannya dalam bahasa yang berbeda dari orang dan komunitas yang berbeda di dunia. Keberadaan antarmuka Welsh positif untuk bahasa Welsh. Ini juga membantu untuk memastikan bahwa orang yang biasanya tidak melihat konten atau mengetik Welsh dan membaca Welsh melakukannya. Tanpa itu, katanya, ada 'risiko yang sangat nyata, dan itu nyata, bahwa bahasa Inggris adalah bahasa Facebook yang 'normal' dan default dan bahwa penutur bahasa Welsh terhubung

satu Sama lain, atau ke audiens yang lebih besar, hanya dalam bahasa Inggris'(Ryan et al. 2014).

Facebook digunakan dalam kampanye di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Contoh awal diberikan dalam 'tekno-optimis' *Clay Shirky Here Comes Everyone*, di mana dia menjelaskan bagaimana siswa di Inggris menanggapi keputusan bank HSBC untuk mulai menagih lulusan, awalnya direkrut sebagai siswa dengan janji cerukan bebas bunga, untuk setiap cerukan yang mereka jalankan pada tahun 2007(Alle 2011). Kampanye yang dikoordinasikan oleh Wakil Presiden Serikat Mahasiswa Cambridge Wes Streetering memaksa HSBC untuk membatalkan kebijakannya: inti dari kampanye tersebut adalah Grup Facebook 'Stop the Great HSBC Graduate Rip-off'. Wes sekarang menjadi anggota parlemen Partai Buruh di House of Commons Inggris. Dia bilang. Ketika HSBC mengumumkan perubahan kebijakan mereka untuk membebaskan biaya fasilitas cerukan kepada lulusan, universitas telah bubar untuk musim panas sehingga metode tradisional kami untuk memobilisasi siswa di kampus tidak tersedia. Kami harus bertindak cepat karena kami tahu ini Akan menjadi preseden yang berbahaya. Saya membuat grup Facebook – hampir seperti petisi – dan dengan cepat menjadi tempat di mana mahasiswa dan lulusan mulai berbagi informasi tentang berpindah rekening bank dan mengorganisir protes. Setelah kami memenangkan kampanye kami, HSBC memberi tahu saya bahwa mereka melacak aktivitas Facebook dan korelasi yang tinggi dengan

siswa dan lulusan yang berpindah akun, yang merupakan salah satu alasan bank mundur. Pada tahun lalu, Mark Zuckerberg telah berbicara lebih banyak tentang pentingnya Grup Facebook, mengungkapkan bahwa 1,4 miliar orang menggunakan Grup Facebook setiap bulan, dan 200 juta Grup Facebook dianggap jahat. Bagi banyak orang, 'mereka menjadi bagian terpenting dari pengalaman Facebook Anda dan bagian besar dari infrastruktur sosial dunia nyata Anda'. APA yang terjadi di Grup sebagian besar bersifat pribadi untuk Grup, yang diawasi oleh administrator Grup. Jelas bahwa Mark Zuckerberg ingin agar harga Facebook itu dipahami secara luas, memberikan contoh dalam bukti tertulisnya kepada Kongres pada April 2018 tentang perannya dalam gerakan *MeToo* dan *March for Our Lives* dan penggalangan dana setelah Badai Harvey. Keterlibatan Facebook dalam bantuan bencana dimulai pada skala industri dengan panggilan dari Gedung Putih untuk membantu setelah gempa Haiti pada Januari 2010. Catatan hari-hari awal Facebook sering mengutip contoh gerakan anti-FARC di Kolombia, yang ditopang oleh sebuah Halaman Facebook didirikan pada tahun 2008 oleh insinyur pengangguran Oscar Morales, dengan 350.000 pendukung. Facebook sering disebut sebagai platform untuk protes, mungkin mencapai puncaknya dalam konteks ini selama Musim Semi Arab, ketika, seperti media komunikasi lain sebelumnya, secara aktif dipromosikan sebagai pemicu kausal dari meningkatnya berbagai protes yang terjadi. . Konteks

geo-politik mencerminkan tema yang diucapkan oleh Menteri Luar Negeri AS Hillary Clinton tentang kebebasan Internet setahun sebelumnya. Wartawan Hannes Grassegger telah menulis, 'Musim semi Arab adalah pemasaran terbaik untuk Facebook yang pernah ada'. Dalam kasus Mesir, mungkin wawancara CNN dengan salah satu penyelenggara protes di Tah Kairo.

Revolusi Mesir, bersama dengan gerakan lain seperti Occupy, telah menghasilkan banyak beasiswa di Facebook. Ghonim mengenang, 'Kami akan memposting video di Facebook yang akan dibagikan oleh 50.000 orang, di dinding mereka, dalam beberapa jam'. Dia merujuk ke halaman Facebook kita semua Khaled Said (dalam bahasa Inggris) dan elshaheed (dalam bahasa Arab), yang masih dapat diakses di Facebook. Pertumbuhan dukungan untuk halaman-halaman ini menunjukkan bagaimana pemberontakan melawan Mubarak menyebar ke seluruh spektrum masyarakat Mesir yang lebih luas. Aktivis kemudian menekankan bahwa organisasi di lapangan adalah kunci dan platform media sosial hanyalah alat. Khaled said adalah seorang pengusaha muda dari Alexandria yang disiksa sampai mati pada bulan Juni 2010 oleh polisi Mesir, yang pembunuhannya tidak diselidiki dengan benar oleh pihak berwenang Mesir bahkan setelah intervensi oleh perwakilan Uni Eropa. Halaman-halaman tersebut menjadi fokus untuk mengorganisir dan memposting materi tentang protes di Mesir. Facebook telah tersedia dalam bahasa Arab dari 2009. Itu memiliki 4 juta

pengguna di Mesir pada akhir 2010. Ghonim memposting undangan Facebook untuk rapat umum di Tahrir Square pada 25 Januari 2011 (Kirschner and Karpinski 2015). Itu dibagikan secara luas di Facebook dan ribuan muncul. Facebook, bagaimanapun, menonaktifkan halaman 'Kita semua Khaled Said' pada November 2010 karena melanggar kebijakan mereka bahwa halaman dan profil harus dikaitkan dengan nama asli orang. Setelah protes internasional, yang mengakibatkan seorang wanita Mesir yang tinggal di luar negeri setuju untuk memberikan namanya ke halaman tersebut, halaman tersebut diaktifkan kembali.

Media sosial seperti Facebook, kata Zizi Papacharissi, mengundang orang untuk 'merasakan tempat mereka sendiri' dalam kaitannya dengan perkembangan peristiwa terkini, memungkinkan mereka untuk memahami dan memaknainya melalui reaksi emosional mereka yang ditangkap dalam infrastruktur bercerita dari media ini. Teknologi menyediakan jaringan, tetapi narasi menghubungkan kita. Mereka membuat terlihat APA yang disebut Raymond Williams's sebagai 'struktur perasaan', suasana hati dan nuansa dari momen sejarah tertentu yang ada sebelum gerakan dapat mulai mengartikulasikan sebuah narasi. Mesir mungkin adalah contoh yang paling terkenal dari peran Facebook dalam uji coba, meskipun fitur dalam berbagai gerakan protes, dari wanita Iran memprotes cadar dan wanita India diam-diam menggunakan Facebook untuk komunikasi di

luar rumah ke gerakan Menempati dan protes terhadap pemerintahan Turki Erdogan. Seperti yang Zeynep Tufekci katakan, dalam bukunya yang kaya dan penting tentang media sosial dan protes politik, Berkat halaman Facebook, mungkin untuk pertama kalinya dalam sejarah, seorang pengguna internet dapat mengklik ya pada undangan elektronik untuk sebuah revolusi. Ratusan ribu melakukannya, dalam tampilan penuh jaringan online mereka dari ikatan kuat dan lemah, sekaligus (Stein, Chen, and Mangla 2011).

Facebook membantu gerakan protes mengembangkan 'kapasitas naratif' mereka, kemampuan mereka untuk membingkai masalah dengan Cara yang menarik bagi pendukung, memungkinkan mereka untuk berorganisasi, mengumpulkan Dana, dan menghasilkan liputan media arus utama. Dia menyebutnya 'platform yang sangat diperlukan', menyediakan berbagai kebutuhan organisasi dan komunikasi untuk gerakan sosial. Optimisme Musim Semi Arab tidak bertahan lama. Ghonim sendiri lebih kritis sekarang. Facebook, seperti teknologi komunikasi lainnya sebelumnya, adalah fasilitator protes, tetapi yang terpenting adalah mobilisasi di lapangan dari tahun ke tahun. Dari pemasaran bisnis kecil hingga protes politik, pemeliharaan jaringan pribadi teman, keluarga, kolega, dan kenalan dengan ikatan yang lebih kuat atau lebih lemah, untuk memperingatkan teman dan keluarga tentang keselamatan seseorang selama bencana atau insiden teroris melalui Pemeriksaan