
FUNGSI MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA INFORMASI HAJI DAN UMROH DI KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN LAMPUNG SELATAN

**Ghufran Masrur, Amanda Fatmawati,
Sindi Nurma Liza, Dliyaul Haq
IAIN Metro**

Abstrak

The rapid advancement of technology and information has brought many impacts on daily life, including the use of social media. One of the functions of social media is as a means of information, which is utilized by the Ministry of Religious Affairs of South Lampung Regency to provide information about Hajj and Umrah. The aim of this research is to examine how social media functions as a source of information for Hajj and Umrah at the Ministry of Religious Affairs of South Lampung Regency. This research was conducted at the Office of the Ministry of Religious Affairs of South Lampung Regency. This type of research is qualitative descriptive. The informants in this study are the head of the Ministry of Religious Affairs Office of South Lampung Regency, the head of the hajj and umrah organizing section, and the staff managing the social media accounts. The techniques used in data collection are interviews, observations, and documentation. Based on the research conducted, it can be concluded that there are four functions of social media as a means of information for Hajj and Umrah first information second, sharing, third relationship and fourth group.

Pesatnya kemajuan teknologi dan juga informasi telah membawa banyak dampak dalam kehidupan sehari-hari, termasuk juga dalam penggunaan media sosial, salah satu fungsi dari media sosial adalah sebagai sarana informasi hal inilah yang dimanfaatkan oleh Kementerian Agama Kabupaten Lampung Selatan. menggunakan media sosial sebagai sarana informasi haji dan umroh. Tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana fungsi media sosial sebagai sarana informasi haji dan umroh di Kementerian Agama Kabupaten

Kabupaten Lampung Selatan. Penelitian ini dilakukan di Kantor Kemeterian Agama Kabupaten Lampung Selatan. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Kemudian informan dalam penelitian ini adalah kepala Kantor Kemeterian Agama Kabupaten Lampung Selatan, kepala seksi penyelenggara haji dan umroh, serta petugas yang mengelola akun media sosial. Adapun teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah wawancara, observasi dan juga dokumentasi. berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat 4 fungsi media sosial sebagai sarana informasi haji dan umroh yaitu pertama informasi, yang kedua *sharing*, yang ketiga *relationship*, yang keempat *group*.

Keywords: *Fungsi Media sosial, Informasi, Haji Dan Umroh*

A. Pendahuluan

Ibadah haji merupakan bagian dari ajaran agama Islam, dimana dalam pelaksanaannya memiliki perbedaan dengan 4 rukun Islam yang lainnya. Pelaksanaan ibadah haji memerlukan kesiapan yang mana kesiapan tersebut berhubungan dengan kesiapan kemampuan fisik maupun nonfisik misalnya, kesiapan mental, spiritual, ketulusan hati, kesadaran diri, perjuangan dan pengorbanan.

Agar pelaksanaan ibadah haji berjalan dengan baik dan lebih khusyuk, masalah teknis harus ditangani oleh pihak yang lebih berwenang. Dalam kasus ini, pihak yang lebih berwenang adalah kementerian agama dan lembaga terkait seperti biro perjalanan haji dan umroh. Tujuan penyelenggaraan ibadah haji adalah memberikan pelayanan yang baik, pelatihan, dan perlindungan melalui sistem dan manajemen penyelenggaraan yang baik, yang menghasilkan pelaksanaan ibadah haji sesuai dengan tuntutan agama islam dengan cara yang tertib, aman, lancar, dan nyaman, sehingga jamaah haji dapat memperoleh haji yang Mabrur.¹ Saat ini, tidak dapat dipungkiri betapa pesatnya kemajuan teknologi

¹ Yuli Usman, "Manajemen Haji, Umrah dan Wisata Agama". (Jurnal : Penyelenggaraan Ibadah Haji Khusus Pekanbaru tt), 2-3

dan informasi. Kehidupan sehari-hari telah banyak dipengaruhi oleh perkembangan internet. Tidak seperti televisi, yang merupakan sarana komunikasi satu arah, internet memungkinkan terjadinya feedback, saling berbagi data pengguna.

Selain digunakan sebagai media untuk berinteraksi dengan orang lain, internet juga dapat digunakan untuk mengakses berbagai platform media sosial, di mana salah satunya disukai oleh orang-orang dari semua usia, dewasa, bahkan pada usia yang lebih tua di mana media sosial ini digunakan untuk berinteraksi dengan orang lain, ada banyak jenis sosial media seperti Facebook, Twitter, Instagram, website, YouTube, dan sebagainya. Media sosial bukan lagi merupakan suatu hal yang baru bagi kalangan masyarakat, dengan demikian tidak menutup kemungkinan media sosial tersebut dimanfaatkan oleh masyarakat, perusahaan-perusahaan ataupun lembaga-lembaga, salah satunya adalah Kementerian Agama Kabupaten Lampung Selatan yang memanfaatkan media sosial yang mana diharapkan media sosial tersebut mampu memberikan dampak positif terhadap jamaah. Seperti misalnya memberikan informasi seputar haji dan umroh, pelayananan yang mana menyangkut tentang haji dan umrah.

Pada Kementerian Agama Kabupaten Lampung Selatan sosial media menjadi suatu hal yang penting yang mana sosial media ini dapat memberikan informasi kepada jamaah sehingga ketika jamaah ingin mengetahui tentang informasi mengenai haji dan umroh jamaah tidak perlu meluangkan waktunya untuk datang langsung ke kantor Kementerian Agama Kabupaten Lampung Selatan melainkan, jamaah bisa dengan mudah melihat informasi tersebut melalui media sosial yang ada. Melalui media sosial tersebut pihak Kementerian Agama Kabupaten Lampung Selatan memberikan pelayanan menggunakan media sosial untuk jamaah sebagai sarana untuk mendapatkan informasi, memberikan informasi dan juga untuk berkomunikasi.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi objek penelitian berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena.

Dalam penelitian ini peneliti memilih subjek penelitian di Kementerian Agama Kabupaten Lampung Selatan. Subjek dari penelitian ini adalah Kepala Seksi Penyelenggara Ibadah Haji Dan Umroh Kementerian Agama Kabupaten Lampung Selatan, Staff dan Jamaah Haji Kementerian Agama Kabupaten Lampung Selatan.

C. Hasil Dan Pembahasan

Kata media berasal dari bahasa latin yaitu *medius* yang artinya adalah tengah, pengantar atau perantara. Kata media merupakan bentuk jamak dari kata “*medium*”, yang mana secara etimologi berarti perantara atau pengantar. Dalam Kamus Besar Ilmu Pengetahuan media merupakan suatu perantara atau penghubung yang terletak diantara dua pihak, atau sarana komunikasi seperti majalah, radio, televisi, spanduk, film dan poster.

Kata sosial berasal berasal dari bahasa latin yaitu “*socius*” yang berarti segala sesuatu yang lahir, tumbuh, berkembang dalam kehidupan bersama. Sudarno ia menekankan bahwa pengertian dari sosial pada strukturnya, yaitu suatu tatanan dari hubungan-hubungan sosial dalam masyarakat yang menempatkan pihak-pihak tertentu seperti keluarga, individu, kelas ataupun kelompok, didalam posisi- posisi sosial tertentu berdasarkan suatu sistem nilai dan norma yang berlaku pada suatu masyarakat pada waktu tertentu.

Pada awalnya, media sosial hanya digunakan untuk berinteraksi dan bersosialisasi, tetapi sekarang sangat penting dalam kehidupan. digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk pengetahuan, acara sosial, menyebarkan undangan, dan bahkan menjual. Perkembangan teknologi yang pesat saat ini memungkinkan banyak aplikasi media sosial baru muncul di internet hanya dengan smartphone yang terhubung ke internet. Individu sudah dapat mengakses sejumlah situs media sosial, seperti Kami dapat mengakses semua platform ini, termasuk Facebook, Twitter, Line, Wechat, Kakao Talk, dan sebagainya. di mana saja dan kapan saja dengan koneksi internet dan itu meningkatkan kecepatan dan volume data. Perkembangan pesat di bidang media sosial tidak hanya terjadi pada negara maju saja, negara berkembang seperti Indonesia, memiliki banyak pengguna media sosial dan kemajuan pesat ini menjadi pengganti peran yang dimainkan oleh media masa konvensional dalam menyebarkan informasi atau berita.²

Pada tahun 1920-an, menurut *the oxford english dictionary* orang mulai berbicara tentang media masa dan satu generasi. Kemudian pada tahun 1950-an, orang mulai berbicara revolusi komunikasi, namun perhatian terhadap sarana-sarana komunikasi jauh lebih tua dari padaitu. Retorika, yaitu studi tentang seni berkomunikasi secara lisan dan tulisan, sudah mendapat tempat yang sangat terhormat di masa Yunani dan Romawi kuno. Retorika juga di pelajari di abad pertengahan, dan dengan semangat yang lebih besar lagi di zaman *renaissance*.³

Awal mula terbentuknya sosial media terjadi pada tahun 1978 dari penemuan sistem papan buletin, yang dapat memungkinkan seseorang untuk mengunggah, atau mengunduh informasi, dapat

² Laura Aqila Cletmi, “*Fungsi Media Sosial Sebagai Sarana Informasi Haji Dan Umroh Di Kementerian Agama Kabupaten Kerinci*” (Kerinci : Skripsi Manajemen Dakwah tt), 2

³ A. Rahman Zainudin, *Sejarah sosial mediadari Gutenberg sampai internet*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia), 1

berkomunikasi dengan menggunakan surat elektronik yang koneksi internetnya masih terhubung dengan saluran telepon dengan modem. Sistem papan buletin ini di temukan oleh *Ward Christensen dan Randy Suess* yang keduanya adalah sesama pecinta dunia komputer. Perkembangan sosial media pertama kali di lakukan melalui pengiriman surat elektronik pertama oleh peneliti ARPA (*Advance Research Project Agency*) pada tahun 1971. 1995 adalah kelahiran situs *Geocities*, situs ini melayani *Web Hosting* yaitu layanan penyewaan penyimpanan data *Website* agar halaman *Website* tersebut bisa di akses dari mana saja, dan kemunculan *GeoCities* ini menjadi tonggak dari berdirinya *website-website* lain.⁴

Menurut *Kaplan dan Haenlin* dalam jurnal *La Moriansyah* yang berjudul pemasaran Melalui Media Sosial: *Antecedents dan Consequences* mendefinisikan sosial media adalah suatu grub aplikasi yang menggunakan ideologi dan teknologi web 2.0, yang mana pengguna dapat membuat atau bertukar informasi pada aplikasi tersebut.⁵ Media sosial adalah alat yang digunakan oleh penggunanya dalam suatu proses yang mana proses tersebut biasa disebut dengan proses sosial.⁶

Pada intinya, dengan sosial media dapat di lakukan berbagai aktivitas dua arah dalam bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual, maupun audio visual. Sosial media dari tiga hal, yaitu *sharing, collaborating dan Connecting*.

Media sosial memiliki karakter khusus, yaitu :

1. Jangkauan (*reach*) : daya jangkauan sosial media mencakup skala kecil hingga khalayak global.

⁴ Sisira Neti, *Social media and it's roll in marketing, (international journal of enterprice computing and bussines systems)*

⁵ *Kaplan dan Haenlins*

⁶ La Moriansyah, “*Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences*” (Jurnal Penelitian Komunikasi dan opini publik vol.19 no.3 Desember 2015), 188

2. Aksesibilitas (*accessibility*) : sosial media lebih mudah diakses oleh publik dengan biaya yang terjangkau baik kapanpun dan dimanapun.
3. Penggunaan (*usability*) : sosial media relatif mudah digunakan kerana tidak memerlukan keterampilan dan pelatihan khusus.
4. Aktualitas (*immediacy*) : sosial media dapat memancing respon khalayak lebih cepat.

Menurut *ron jones* ia mengatakan bahwa ada 4 jenis media sosial, yaitu *social news*, *social sharing*, *social networking*, dan yang terakhir adalah *social bookmaning*.⁷

1. *Social news* ini menyediakan fitur berita yang mana fitur ini dapat memberikan pilihan kepada pembacanya bisa memilih dan memberi komentar pada berita tersebut, contoh dari *social news* adalah *digg*, *sphinn*, *ballhype*, dan *newsvine*.⁸
2. *Social sharing* ini menyediakan fitur untuk membuat, mengunggah, dan juga membagi foto dan vidio dengan orang lain. Contohnya adalah platform *social sharing* adalah *flickr* dan juga *youtube*.
3. *Social network* memberikan kesempatan kepada orang-orang untuk saling terhubung antara satu dengan yang lainnya sehingga mereka terus mendapatkan update informasi satu dengan yang lainnya, medium ini merupakan medium yang paling populer diantara medium dalam media sosial, contohnya adalah *social networking* adalah *faceabook*, *twitter*, dan juga *instagram*.
4. *Social bookmaning* merupakan sosial media yang mana ia bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan juga mencari informasi atau berita tertentu secara online. Ada

⁷ *Ron jones*

beberapa situs yang populer yang mana diantaranya adalah *delicious*, *faves*, dan juga *blogmarks*.⁹

Fungsi medis sosial menurut pendapat ahli yakni *Jan H.Kietzman*, *Kritopher Hermkens* dan *Ian P.McCarthy* mendefinisikan fungsi media sosial yakni *information*, *sharing*, *relationship* dan *group*.¹⁰

1. *information* Yakni sebagai salah satu sumber informasi, adaptasi, inovasi dan kemajuan teknologi.
2. *Sharing* Yakni merupakan suatu kegiatan untuk bertukar pikiran antara pengguna satu dengan pengguna yang lainnya dalam bentuk teks, gambar maupun video.
3. *Relationship* Yakni menggambarkan apakah para pengguna dapat terhubung atau terkait dengan pengguna yang lainnya.
4. *Group* Yakni pengguna media sosial dapat membuat atau membentuk komunitas atau grup kecil yang memiliki latar belakang dan minat yang sama.

Media sosial yang sering kita lihat sebenarnya terdiri dari berbagai kemajuan teknologi, seperti forum kelas meeting dan layar visual yang merupakan kombinasi berbagai alat yang dapat dilihat dari pembagiannya. Hal ini tentu saja dapat menyebabkan banyak rencana yang dapat dibagi menjadi enam bagian di dalamnya.¹¹

1. Proyek kolaborasi

Dalam hal ini kita dapat melihat dan merekam sebuah proyek kolaborasi yang terdapat didalam media atau sistem tertentu seperti yahoo dll. Dalam hal ini sebuah website

⁹ Nuning Kurniasih, “*Optimalisasi Penggunaan Media Sosial untuk Perpustakaan*” (dalam prosiding Jurnal Komunikasi, Informasi, dan Perpustakaan di Era Global, Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Ilmu Komunikasi UNPAD 2019), 2

¹⁰ *Jan H.Kietzman*, *Kritopher Hermkens* dan *Ian P.McCarthy*

¹¹ Nunuk Febriyaningsih. *Keterbukaan informasi publik dalam pemerintahan terbuka menuju tata pemerintahan yang baik (public information disclosure in open Government Toward Good Governance)*, Media pembinaan Hukum Nasional Vol.1.

mengizinkan usernya untuk dapat mengubah, menambah ataupun *me-remove* konten-konten yang ada disebuah website. Contohnya seperti websitenya wikipedia.

2. Blog dan Microblog

Dalam hal ini sebuah website memberikan peluang kepada setiap pengguna untuk leluasa untuk mengakses sebuah website ataupun aplikasi online. Dalam hal ini posisi user lebih bebas dalam membuat dan mengekspresikan sesuau disebuah laman blog seperti curhat-curhatan, kritikan dan saran atas kebijakan pemerintah. Contohnya twitter.

3. Konten

Media sosial ini lebih cenderung untuk menekankan konten-konten yang bervariasi disetiap halaman web sehingga dapat memancing para pengguna untuk melihat dan membagikannya ke khalayak seperti media sosial youtube.

4. Situs jejaring sosial

Dalam jejaring sosial seperti pengelolaan aplikasi memungkinkan akan terjadinya kegiatan dalam sebuah aplikasi seperti aplikasi akan mengizinkan para pengguna untuk mengakses dan mempublis sebuah konten seperti foto-foto. Contohnya line dan intagram.

5. Virtual *game word*

Membahas mengenai dunia virtual maka banyak orang akan mengaplikasikan dalam bebrbagai hal seperti membuat kualitas konfigurasi layar yang dapat memungkinkan seseorang pemakai melakukan interaksi tidak hanya dilayar virtual melainkan merasakan suasana seperti pada dunia nyata. Contohnya pengguna game online.

6. Virtual *Social Word*

Dalam dunia virtual yang dimana penggunaanya merasa hidup di dunia virtual. Sama-sama seperti virtual game word yang mampu berinteraksi dengan yang lain. Namun, virtual social word lebih bebas dan lebih mengarah ke kehidupan yang dapat kita lihat contohnya seperti *second life*.

Banyak manfaat sosial media karena hampir segala sesuatu berhubungan dengannya. Ini termasuk belajar, bekerja, rekreasi, dan bisnis. Media adalah bagian dari hubungan. terhubung satu sama lain. Ini adalah sikap yang harus kita ambil dari media sosial:

1. Media sosial sebagai jurnalisme

Banyak informasi yang kita peroleh dari media sosial, termasuk informasi tentang beasiswa, lowongan kerja, berita politik, dan hal-hal yang populer dan dibicarakan oleh banyak orang. Media adalah komponen penting dalam jurnalisme. Ini dimulai dengan media konvensional, seperti surat kabar, majalah, tabloid hingga media masa modern seperti koran elektronik, dan platform jejaring sosial.

2. Media sosial sebagai *branding dan marketing*

Untuk memastikan bahwa merek atau merek yang ditawarkan dikenal dan memiliki nilai, suatu perusahaan melakukan berbagai tindakan komunikasi yang dikenal sebagai branding. sendiri dalam pikiran pelanggan atau calon pelanggan. Dalam perkembangan saat ini, branding dilakukan tidak hanya oleh perusahaan saja tetapi mencakup tingkat individu, atau sering dikenal sebagai branding.¹²

Periklanan (*marketing*) pada era media sosial tidak bersifat satu arah berbeda dengan konsep tradisional praktik pemasarannya masih menggunakan konsep iklan satu arah. Konsep ini menempatkan pengguna atau konsumen hanya sebagai objek pasif yang hanya menerima terpaan informasi iklan begitu saja tanpa melibatkan konsumen itu sendiri. Kehadiran media sosial, memberikan arah komunikasi yang lebih interaktif, dimana konsumen bisa mengomentari, mempromosikan, bahkan mengkritik barang yang telah dibelinya.

3. Media sosial sebagai *Public Relation* (hubungan masyarakat)

¹² Arif Rahmadi “*Tips Produktif Bersosial Media*” (Jakarta:PT.Alex Media Komputindo), 5

Public relation dengan cara menggunakan media sosial memang bisa saja mendapatkan feedback secara langsung dari parapengguna dengan adanya media seperti jejaring facebook, twitter, pihak-pihak yang berkaitan dengan public relation akan merasakan manfaat penting. Kegiatan yang berkaitan dengan Public relation memang merupakan suatu yang tak bisa ditawarkan lagi untuk berhubungan lagi dengan media sosial yang berbasis internet ini. Karna memungkinkan mereka untuk menjalin komunikasi secara langsung dengan konsumen.

Kehadiran media sosial dan inovasi internet membawa perubahan teradap praktik *Public relation* yang selama ini dilakukan. Apa yang ditawarkan oleh internet dan perangkat yang ada di media sosial bisa digunakan untuk menjangkau keberagaman publik. Target publik diinternet bisa menjadi lebih spesifik dan lebih sesuai dengan apa yang ingin dicapai. Pengguna media sosial juga bisa dijadikan corong bagi orgaisasi *Public relation* untuk menjaga dan mengantisipasi kemungkinan-kemungkinan terjadi krisis komunikasi dan dalam melakukan negosiasi dengan pegguna media sosial lainnya.¹³

4. Media sosial sebagai Tempat informasi dan silaturahmi

Dengan memanfaatkan media sosial semua orang bisa melakukan komunikasi secara online, seperti *chatting*, pemberitahuan kabar, dan undangan. Bahkan bagi mereka yang sudah terbiasa, komunikasi dalam media sosial lebih efektif dari pada melalui *call* atau sms *mobile*. Media sosial juga berfungsi sebagai tempat untuk mengenal orang baru dan membuat komunitas, yang memungkinkan kita mengenal banyak orang dari berbagai tempat tanpa harus bertemu langsung, membuat komunitas yang memiliki minat dan nilai

¹³ Rulli Nasrullah, *media sosial perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* Cet.3(Bandung: Rosdakarya, 2022), 172

yang sama.

5. Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan

Dengan menggunakan berbagai aplikasi media sosial, orang dapat belajar melalui berbagai data, informasi, dan masalah yang terkandung di dalamnya. Di sisi lain, media sosial juga menjadi alat untuk memberikan informasi yang berbeda kepada orang lain. Konten yang diposting di media sosial berasal dari berbagai sumber. dunia yang beragam dalam hal budaya, sosial, dan ekonomi, kepercayaan, kebiasaan, dan kecenderungan. Oleh karena itu, benar jika arti Positif, media sosial adalah ensiklopedi global yang berkembang pesat. Pengguna media sosial harus sekali membekali diri dengan kritik dan analisis dalam konteks ini, pikirkan dengan teliti, gunakan dengan bijak dan emosional yang dapat dikontrol.¹⁴

6. Sarana dokumentasi, administrasi dan integrasi

Pada dasarnya, berbagai aplikasi media sosial berfungsi sebagai gudang dan rekaman berbagai konten, seperti profil, informasi, refortase kejadian, dan rekaman peristiwa. hasil penelitian. Organisasi, lembaga, dan Individu dapat menggunakannya dengan membentuk standar penggunaan media sosial dan instruksi untuk setiap karyawan, untuk mengoptimalkan aktivitas media sosial sesuai dengan tujuan yang dicanangkan. Beberapa aspek yang dapat dilakukan melalui media sosial, seperti membangun blog organisasi, menggabungkan berbagai lini dalam bisnis, menyebarkan konten yang relevan ke masyarakat yang dimaksud, atau memanfaatkan sesuai dengan tujuan, tujuan, visi, misi, dan efisiensi tingkat produktivitas operasional organisasi.

7. Sarana perencanaan strategi dan manajemen

Akan di arahkan dan dibawa ke media sosial, merupakan domain dari penggunaanya. Oleh sebab itu, media sosial di tangan para pakar manajemen dan marketing dapat menjadi senjata yang dahsat untuk melancarkan perencanaan dan

¹⁴ Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, (*Panduan Optimalisasi Media Sosial tt*), 65-82

strategi nya. Misalnya saja untuk melakukan promosi, menggaet pelanggan setia, menghimpun loyalitas costumer, menjajaki market, mendidik publik, sampai menghimpun respon masyarakat.

8. Sarana kontrol, evaluasi dan pengukuran

Media sosial bermanfaat untuk melakukan kontrol organisasi dan juga evaluasi berbagai perencanaan dan strategi yang telah di lakukan. Ingat, respon publik dan pasar menjadi alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi. Sejauh mana masyarakat memahami suatu itu atau persoalan, bagaimana prosedur-prosedur di taati atau di langgar publik, dan seperti apa keinginan dari masyarakat, akan di lihat langsung melalui media sosial. Pergerakan keinginan, eksptasi, tendensi, opsi dan posisi pemahaman publik akan dapat terekam dengan baik di dalam media sosial. Oleh sebab itu, media sosial juga dapat di gunakan sebagai sarana preventif yang ampuh dalam memblok atau memengaruhi pemahaman publik.

Adanya media sosial memang sangatlah membantu seseorang dalam berhubungan dengan orang lain, baik teman maupun saudara. Namun di dalam kemudahan itu juga terdapat dampak positif dan juga negatifnya, berikut akan dijelaskan dampak negatif yang terjadi dalam penggunaan media sosial.

1. Isolasi digital pada diri seseorang di era modern
2. Dapat mengakibatkan merosotnya motifasi dan prestasi bagi Pelajar
3. Menjadikan seseorang pemalas
4. Menjadikan seseorang egois
5. Merusak tata bahasa
6. Menjadikan seseorang susah bergaul dan menyendiri
7. Menjadikan seseorang lebih suka menghamburkan uang¹⁵

Penggunaan media sosial di Kementerian Agama Kabupaten Lampung Selatan

Berikut macam-macam media sosial yang digunakan di

¹⁵ Anugrah, Pakerti, Briyan, *jurnal pengaruh jejaring sosial terhadap kelakuan seseorang*, (Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang), 8

Kementerian Agama Kabupaten Lampung Selatan:

1. Website

Situs web berfungsi sebagai portal utama untuk memberikan informasi komprehensif kepada masyarakat umum tentang penawaran bisnis. Saat ini banyak sekali para pebisnis dan pengusaha yang menggunakan website sebagai sarana mengiklankan barang dagangannya. Penting untuk diingat bahwa popularitas website yang didirikan perusahaan dan jumlah kunjungan harian pengguna internet merupakan faktor kunci keberhasilan periklanan media website. Meskipun promosi melalui media website dapat dikatakan bermanfaat, namun masih terdapat beberapa kelemahan. Salah satunya adalah masih banyak masyarakat yang kesulitan memanfaatkan teknologi dalam memanfaatkan internet untuk mendapatkan informasi, terutama di daerah pedesaan yang jauh dari perkotaan. Tidak adanya sinyal internet di daerah pedesaan semakin mempersulit masalah ini. Selain itu, karena promosi media internet sangat bergantung pada teknologi, maka ada kemungkinan timbul permasalahan teknis. Membangun hubungan emosional dengan pelanggan juga akan lebih sulit karena promosi ini kurang menyentuh secara langsung.

Meski masih terdapat kekurangan, masyarakat umum tetap dapat secara mandiri mencari dan menemukan sejumlah informasi dengan mengunjungi website tersebut. Jika berminat, calon jemaah haji juga bisa mengakses kantor online untuk melakukan pemesanan dan mendaftar saat itu juga langsung melalui website, dimana media ini sudah masuk ke jaringan masyarakat secara terbuka dan transparan.

2. Instagram

Kementerian Agama Kabupaten Lampung Selatan memanfaatkan Instagram selain websitenya sebagai alat

pemasaran. Instagram saat ini menjadi platform media sosial paling populer, tidak termasuk situs media sosial. Instagram adalah jejaring sosial yang dapat diakses melalui internet yang memfasilitasi berbagi narasi melalui foto digital. Jaringan ini sering digunakan oleh pengguna gadget untuk langsung membagikan gambar yang diambilnya. Dalam setiap brosur biasanya selalu dicantumkan Instagram Kementerian Agama Kabupaten Lampung Selatan hal ini bertujuan untuk memperkenalkan akun instagramnya kepada masyarakat maupun calon jamaah haji.

Kementerian Agama Kabupaten Lampung Selatan menggunakan Instagram untuk mengiklankan barang, jasa, acara, dan program yang disediakan. Selain detail mengenai produk, program, dan kegiatan terkait ibadah haji dan umrah, juga terdapat profil perusahaan, izin resmi sah perusahaan, nomor telepon yang dapat dihubungi, alamat email, serta testimoni jamaah yang telah menyelesaikan ibadah haji dan umrah. Melalui fitur direct message admin Instagram Kementerian Agama, jamaah juga bisa bertanya langsung terkait perusahaan dan produk haji dan umrah.

3. Facebook

Facebook merupakan salah satu platform jejaring sosial terpopuler di dunia, tidak hanya di Indonesia. Potensi Facebook yang sangat luar biasa sebagai platform pemasaran produk baik barang maupun jasa tidaklah mengejutkan. Facebook memiliki kemampuan untuk menggunakan seluruh keunggulannya tersebut untuk tujuan pemasaran. Kementerian agama Kabupaten Lampung Selatan menggunakan facebook untuk meyebarkan informasi mengenai program haji. Biasanya mencakup beberapa aspek seperti informasi tentang pendaftaran, jadwal keberangkatan, tips dan panduan haji serta update penting selama musim haji. Tentunya dengan adanya media ini mempermudah calon jamaah untuk mengetahui

tentang informasi haji.

D. Kesimpulan

Pada zaman modern ini, bisa dikatakan kehadiran media sosial merupakan sebuah kemajuan yang membanggakan sekaligus melegakan. Pasalnya, media sosial telah mampu menjawab kebutuhan manusia, baik dalam menyediakan informasi yang beragam dan terkini maupun sebagai sarana komunikasi yang praktis dan menjangkau ke segala tempat. Terutama dalam manfaatnya sebagai sumber informasi, media sosial bisa dikatakan sudah jauh meninggalkan media-media konvensional lainnya. Bagaimana tidak, konsepnya yang praktis, mudah diakses serta memuat begitu banyak informasi dari berbagai bidang kehidupan membuat penggunanya merasa sangat terbantu dan nyaman menggunakan media sosial. Hanya dengan bermodalkan gawai (*smartphone*, laptop, kosmupter, ataupun tablet) dan jaringan internet, pengguna media sosial sudah bisa mencari informasi apa saja yang ia inginkan, kapan pun dan di mana pun ia berada. Maka dari itu, bila dilihat dari manfaatnya, tidaklah berlebihan apabila mengatakan bahwa keberadaan media sosial sungguh melegakan karena sangat membantu kehidupan manusia.

Kementerian Agama Kabupaten Lampung Selatan memanfaatkan Instagram sebagai alat pemasaran selain website resminya. Instagram, sebagai platform media sosial populer, digunakan untuk berbagi informasi melalui foto dan cerita digital. Akun Instagram Kementerian ini sering dicantumkan dalam brosur untuk memperkenalkannya kepada masyarakat dan calon jemaah haji. Instagram digunakan untuk mengiklankan berbagai produk, jasa, acara, dan program yang ditawarkan, termasuk detail terkait ibadah haji dan umrah. Selain itu, informasi seperti profil perusahaan, izin resmi, kontak, dan testimoni jemaah juga disediakan. Melalui fitur *direct message*, jemaah dapat bertanya langsung kepada admin Instagram terkait layanan haji dan umrah.

Facebook sebagai salah satu platform jejaring sosial terpopuler di dunia, dimanfaatkan oleh Kementerian Agama Kabupaten Lampung Selatan untuk menyebarkan informasi mengenai program haji. Dengan potensi luar biasa sebagai platform pemasaran, Facebook digunakan untuk memberikan informasi tentang pendaftaran, jadwal keberangkatan, tips dan panduan haji, serta update penting selama musim haji. Kehadiran Facebook mempermudah calon jemaah dalam mengakses dan mengetahui informasi terkait haji dengan lebih mudah dan efisien.

Fungsi media sosial sebagai sarana informasi haji dan umroh di Kementerian Agama Kabupaten Lampung Selatan sudah berfungsi dengan baik namun ada beberapa kendala yang terkadang menghambat contohnya ada kendala jaringan yang tidak stabil.

E. Daftar Pustaka

Briyan, Anugrah, Pakerti, "jurnal pengaruh jejaring sosial terhadap kelakuan seseorang" (Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang).

Cletmi, Laura, Aqila, "Fungsi Media Sosial Sebagai Sarana Informasi Haji Dan Umroh Di Kementerian Agama Kabupaten Kerinci" (Kerinci: Skripsi Manajemen Dakwah tt).

Febriyaningsih. Nunuk, "Keterbukaan informasi publik dalam pemerintahan terbuka menuju tata pemerintahan yang baik" (public information disclosure in open Government Toward Good Governance), Media pembinaan Hukum Nasional Vol.1

Kurniasih, Nuning, "Optimalisasi Penggunaan Media Sosial untuk Perpustakaan" (dalam prosiding Makalah Seminar Nasional Komunikasi, Informasi, dan Perpustakaan di

Era Global, Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Ilmu Komunikasi UNPAD 2019).

Moriansyah La, “*Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences*” (Jurnal Penelitian Komunikasi dan opini publik vol.19 no.3).

Nasrullah, Rulli, “*media sosial perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*” (Bandung: Rosdakarya, 2016).

Neti, Sisira “*Social media and it’s roll in marketing*” (international journal of enterprice computing and bussines systems)

Rahmadi, Arif, *Tips Produktif Bersosial Media*, (Jakarta:PT.Alex Media Komputindo).

Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI “*Panduan Optimalisasi Media Sosial*”.

Usman, Yuli, “*Manajemen Haji, Umrah dan Wisata Agama*”. (Jurnal: Penyelenggaraan Ibadah Haji Khusus Pekanbaru tt).

Zainudin, A. Rahman “*Sejarah sosial mediadari Gutenberg sampai internet*” (Jakarta:Yayasan Obor Indonesia).