

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK USAHA KESEJAHTERAAN SOSIAL

Benefit of Social Media For Social Welfare Services

Habibullah

Pusat Penelitian dan Pengembangan Kesejahteraan Sosial
Kementerian Sosial Republik Indonesia
Jl. Dewi Sartika No.200 Cawang, Jakarta Timur
e-mail:habibullah792002@yahoo.com

Abstrak

Penggunaan media sosial di Indonesia semakin marak, namun pada usaha kesejahteraan sosial, media sosial masih relatif jarang dimanfaatkan. Artikel ini menguraikan pemanfaatan media sosial untuk usaha kesejahteraan sosial. Sebanyak 40,98 persen unit kerja di Kementerian Sosial RI mempunyai akun media sosial seperti facebook dan twitter dan hanya akun twitter @tagana_kemensos, @TRC_Kemensos dan @puslitbangkesos yang cukup informatif dan dikelola secara baik. Biro Humas, Puspensos dan Pusdatinkesos sebagai ujung tombak penyampaian komunikasi, informasi dan edukasi Kementerian Sosial RI semestinya lebih memanfaatkan media sosial.

Kata kunci: usaha kesejahteraan sosial, media sosial, jejaring sosial

Abstract

The use of social media in Indonesia is increasingly prevalent, but in social welfare services, social media is still relatively rarely used. This article describes the use of social media for social welfare services. A total of 40.98 percent of the work force in the Ministry of Social Affairs who have social media accounts: facebook and twitter accounts and only twitter @ tagana_kemensos, @ TRC_Kemensos and @ puslitbangkesos are quite informative and well-run. Bureau of Public Relations, and Pusdatinkesos Puspensos spearheading the delivery of communications, information and education, the Ministry of Social Affairs should take better advantage of social media.

Keywords: social welfare services, social media, social networking

PENDAHULUAN

Facebook dan *twitter* sudah menjadi keseharian bagi masyarakat pengguna internet di Indonesia. MarkPlus Insight merilis data pada akhir tahun 2012 pengguna internet di Indonesia mencapai 61,08 juta orang. Pengguna internet tersebut 95 persen atau 58 juta orang mengakses Internet dari *notebook*, *netbook*, *tablet* dan perangkat seluler (Karimudin, 2012). Banyaknya penggunaan internet dengan menggunakan perangkat *notebook*, *netbook* dan perangkat seluler tersebut tidak terlepas dari teknologi yang menggabungkan antara teknologi internet dan teknologi komunikasi berupa perangkat seluler yang biasa dikenal dengan telepon cerdas

(*smart phone*) sehingga akses internet tersebut dilakukan secara *mobile* melalui perangkat *smart phone* tersebut.

Pengguna internet dengan perangkat *smart phone* tersebut, kebanyakan mengakses media sosial baik itu berupa *facebook*, *twitter*, *Google+*, *LinkedIn*, *Pinterest*, *Path* dan media sosial lainnya. Berdasarkan data dari Socialbakers (2012) pengguna *facebook* di Indonesia pada akhir tahun 2012 sebanyak 48,80 juta orang menempati peringkat ke-4 di dunia setelah Amerika Serikat, Brasil dan India. Hasil penelitian lembaga riset media sosial SemioCast yang berpusat di Paris, Prancis menyatakan jumlah pemilik akun *Twitter* di Indonesia

menempati peringkat ke-5 dengan jumlah akun sebanyak 19,5 juta. Jumlah akun tersebut setelah Inggris Raya pada peringkat ke-4 dengan 23,8 juta akun, Jepang pada peringkat ke-3 dengan 29,9 juta akun, Brasil pada peringkat ke-2 dengan 33,3 juta akun dan Amerika Serikat pada peringkat pertama dengan 107,7 juta akun twitter (SemioCast, 2012).

Melihat besarnya pengguna media sosial di Indonesia tersebut, berbagai bidang telah memanfaatkan media sosial seperti pemasaran, politik dan perdagangan maupun bidang sosial. Pada bidang politik misalnya, Pemilu pada DKI putaran kedua semakin menunjukkan besarnya peranan media sosial sebagai alat kampanye politik dan penggalangan isu. Hasil riset media yang dilakukan Indonesia Media Monitoring Center (IMMC) menunjukkan fenomena tersebut. Media Sosial semakin efektif dimanfaatkan sebagai ruang untuk memperkenalkan program politik, pencitraan figur, dan sosialisasi (IMMC, 2012).

Secara umum beberapa manfaat media sosial (lebih khusus *blog & twitter*) antara lain: (Cafe, 2012):

1) Informasi

Berbagi informasi secara cepat dan gratis bisa dilakukan melalui berbagai *platform blog*. Dengan semangat berbagi informasi dan menularkan pengetahuan, kini semua orang bisa mendapat hampir segala informasi di Internet. Orang tidak lagi perlu uang banyak untuk mempelajari berbagai hal. Informasi lebih mudah didapat dari blog. Mau info tentang gadget dan berbagai tips bisa buka pusat teknologi. Di twitter, para follower bahkan bisa langsung bertanya tips menulis pada akun resmi seorang penulis misalnya @deelestari.

2) Ekonomi

Pengguna media sosial bisa memanfaatkan *platform blog* gratis untuk

memajang galeri produk toko *online*, memajang galeri karya kita misal desain, skill dan lain-lain. Ekonomi berjalan meskipun dari rumah. Bahkan 140 karakter di twitter sekarang sudah digunakan untuk menawarkan berbagai produk, misalnya distro kaos @kdri.

3) Politik

Pada revolusi timur tengah, ternyata begitu besar peran sebuah twitter dalam memicu sebuah pergerakan. Masa sekarang ini pemerintah dan media massa bukan lagi sumber utama dalam mendapatkan informasi. Masyarakat sudah bebas memilih sumber informasi baik akun media *mainstream* atau bahkan akun pribadi seorang politikus. Dampak positifnya berupa keterbukaan informasi, dampak negatifnya melimpahnya informasi yang tercampur sampah sehingga perlu bijak memilah dan menyaringnya.

4) Pemberdayaan Warga (*Citizen Empowerment*)

Masyarakat di era internet berbeda dari masyarakat konvensional, masyarakat lebih berdaya dan mampu berkontribusi aktif. *Citizen journalism* melalui internet memungkinkan kita mengetahui suatu kejadian secara cepat. Misalnya dalam suatu kasus kecelakaan, reporter dari media belum sampai lokasi, orang terdekat sudah mengunggahnya di *twitter* atau bahkan unggah video di *youtube*. Melalui akun @TMCPoldaMetro misalnya, masyarakat bisa *me-mention* aparat kepolisian jika ada suatu kecelakaan, kondisi macet dan lain-lain dengan dilengkapi foto melalui *twitpic*. Contoh kasus lain tentang dinamika Kota Bogor yang dituangkan melalui blog bogorwatch. Keluhan, aspirasi dan tulisan dari sudut pandang masyarakat dengan mudah untuk disebarluaskan ke khalayak ramai.

5) Sosial

Makin maraknya perangkat *smartphone* membawa internet makin dekat dalam genggaman tangan. Isu aktual pun makin mudah disebarkan melalui berbagai media sosial. Internet berpotensi untuk lebih meningkatkan kesadaran sosial. Masih lekat dalam benak kita tentang koin untuk prita atau *coin a chance* yang menghimpun dana dari uang receh netizen. Lebih baru lagi adalah sedekah rombongan yang dinisiasi @saptuari dari Yogyakarta yang mampu mengumpulkan dana milyaran dari para pembaca blog dan *follower* di *twitter* untuk membantu penderita sakit yang kekurangan biaya.

6) Pemberdayaan Konsumen (*Consumer Empowerment*)

Melalui media sosial konsumen kini tidak bisa dianggap remeh. Bila tidak puas dan merasa dikecewakan, seseorang kini bisa *memblow-up* dan menyebarkan secara viral kekecewaannya. Tidak hanya terhadap produk barang, tapi juga jasa ataupun layanan publik dan pemerintah. Salah satu yang sudah menerapkan adalah PT Kereta Api dengan akun *twitter*nya @KAI121.

7) Keamanan (*Security*)

Kalau boleh berimajinasi lebih jauh, mungkin *twitter* bisa dimanfaatkan untuk pemetaan suatu kondisi rawan berdasar lokasi *tweeps*. *Twit* yang berisi informasi misal tentang pencurian kendaraan bermotor bisa diintegrasikan ke pemetaan visual berdasar lokasi *twit* sehingga didapat peta visual daerah rawan. Atau *twit* tentang cuaca bisa digunakan untuk membantu keamanan mobilitas.

8) Profesi-profesi baru

Riuh rendahnya *twitter* membuka peluang bagi pekerjaan baru yang tak ada sebelumnya. Profesi baru tersebut antara lain

menjadi *buzzer* bagi suatu produk, *socmed admin* suatu merek ataupun *publik figure*. Tentunya membuka peluang kerja bagi para pencari kerja.

Menurut Cavazza media sosial adalah tempat, alat bantu, layanan yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri mereka, bertemu dan berbagi dengan rekan-rekan lainnya melalui teknologi internet (Kurniali). Sedangkan Wikipedia merupakan situs web mengizinkan penggunaannya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun menghapus konten-konten yang ada di situs web ini, media sosial didefinisikan sebagai salah satu media *online*, para penggunaannya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi (*wikipedia*). Sedangkan Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Kaplan, 2010).

Menurut pakar media sosial dari iCrossing, media sosial menyangkut personal. Personal-personal tersebut dapat saling membagi ide, bekerjasama, dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan, dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri. Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Tak terkecuali, keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan *personal branding* (Kaplan, 2010).

Media sosial tersebut dapat berupa blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Secara lebih rinci media sosial terbagi menurut Cavazza (Kurniali) terbagi menjadi:

1) Alat bantu publikasi menggunakan blog

- (Typepad, Blogger), wiki (Wikipedia, Wikia, Wetpaint) dan portal *citizen journalism* (Digg, Newsvine)
- 2) Alat bantu berbagi untuk video (YouTube), gambar (Flickr, Picasa, Instagram), link (del.icio.us, Ma.gnolia), musik (Last.fm, iLike), slide presentasi (Slideshare), review produk (Crowdstorm, Stylehive) atau umpan balik produk (Feedback 2.0, GetSatisfaction)
 - 3) Alat bantu diskusi seperti forum (PHPbb, vBulletin, Phorum), forum video (Seesmic), instant messaging (Yahoo! Messenger, Windows Live Messenger, Meebo) dan VoIP (Skype, Google Talk),
 - 4) Jaringan sosial (Facebook, MySpace, Bebo, Hi5, Orkut), jaringan sosial spesifik (LinkedIn, Boomba), dan alat bantu untuk menciptakan
 - 5) Alat bantu mikroblogging (Twitter, Pownce, Jaiku, Plurk, Adocu) dan layanan serupa (twitxr, tweetpeek),
 - 6) Alat bantu agregasi sosial seperti lifestream (FriendFeed, Socializr, Socialthing!, lifestrea.ms, Profilactic)
 - 7) Platform untuk hosting (Justin.tv, BlogTV, Yahoo! Live, UStream) dan ada layanan serupa untuk mobile (Qik, Flixwagon, Kyte, LiveCastr)
 - 8) Dunia virtual (Second Life, Entropia Universe, There), 3D chats (Habbo, IMVU) dan dunia virtual khusus remaja (Stardoll, Club Penguin)
 - 9) Platform game sosial (ImInLikeWithYou, Doof), portal game casual (Pogo, Cafe, Kongregate) dan jaringan sosial yang dimungkinkan dengan game (ThreeRings, SGN),
 - 10) MMO, *massively multiplayer online* (Neopets, Gaia Online, Kart Rider, Drift City, Maple Story) dan MMORPG, *Massively multiplayer online role-playing*
- Media sosial merupakan bentuk baru dari media kelompok yang ada di media online (internet) yang mempunyai karakteristik (Mayfield) :
- 1) Partisipasi, media sosial memberikan kesempatan semua orang untuk berkontribusi dan memberikan umpan balik kepada minat

Gambar. 1
Pembagian Media Sosial



Sumber: Fredcavazza.net (diolah dari Kurniali)

tertentu sehingga tidak ada garis antara media dan pemirsa.

- 2) Keterbukaan, banyak media sosial terbuka untuk menerima umpan balik dan partisipasi. Media sosial mendorong voting, komentar dan berbagi informasi, jarang ada hambatan untuk mengakses dan memanfaatkan konten - konten.
- 3) Pembicaraan, media tradisional menyiarkan atau mendistribusikan kepada pemirsa (satu arah) sedangkan sosial media melakukan percakapan dua arah.
- 4) Komunitas, media sosial mengizinkan membentuk komunitas dengan cepat dan merupakan bentuk komunikasi yang efektif. Komunitas dapat berbagi minat misalnya yang suka fotografi, isue politik dan acara favorit televisi.
- 5) Konektivitas, beberapa sosial media dapat menghubungkan dari berbagai sumber daya situs web dan masyarakat.

Menurut Wikipedia, media sosial mempunyai ciri – ciri:

- 1) Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet
- 2) Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *Gatekeeper*
- 3) Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya
- 4) Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi

Jika merujuk pada *e-book* yang diterbitkan *Institute for Philantropy* (Perrin, 2011) ada 8 tujuan media sosial sebagai alat perubahan sosial yang bisa digunakan pada usaha kesejahteraan sosial yaitu:

- 1) Mengkomunikasikan Pesan

Ketika seseorang atau organisasi menginginkan adanya komunikasi efektif untuk menyampaikan pesan ke *stakeholder*

dan masyarakat umum maka diperlukan alat untuk kampanye. Media sosial mampu melampaui fungsi dari media tradisional (surat kabar, majalah, radio dan televisi) karena media tradisional disensor oleh negara atau aktor lainnya yang tidak menginginkan pesan/berita tersebut tersebar secara luas maka dengan platform media sosial berbagai pesan/berita tersebut sampai pada banyak pemirsa dan organisasi. *feature* kunci dari sosial media adalah dapat berbagi pesan/berita secara cepat oleh individu pada jejaring sosialnya dengan tujuannya meningkatkan jaringan dan efek penyebaran pesan/berita tersebut.

- 2) Pertukaran Pengetahuan dan Pelaporan

Media penyiaran (radio dan televisi) yang digunakan oleh organisasi untuk menyampaikan pesan/berita ke masyarakat sedangkan media sosial sekarang memungkinkan untuk lebih menekankan pesan tersebut. Secara alami distribusi dari alat media sosial bertumpu pada masyarakat. Masyarakat mempunyai perhatian terhadap masalah sosial dapat melaporkan dan mengirimkan pesan/berita ke organisasi secara *real time* dan berbagi informasi dengan yang lain.

Media sosial dapat digunakan untuk menghubungkan masyarakat di berbagai belahan dunia untuk berbagi pengetahuan tentang isue global dan isue yang sangat lokal dengan sumber pengetahuan pada tingkat kelompok yang lebih luas dengan tingkat pengetahuan lebih spesifik. Media sosial sebagai alat organisasi untuk berbagi pengetahuan antara rekan dan antara organisasi untuk bekerjasama dalam kebijakan bersama pada komunitas berbeda sehingga pengetahuan tersebut lebih kaya, lebih dalam dan sampai dengan banyak saling pengertian di dunia.

Dampak dari media sosial untuk berbagi

pengetahuan tidak hanya dirasakan akan tetapi juga sebagai alat untuk membantu penanganan bencana, memperluas wacana publik, memperkaya sisi kemanusiaan pada masalah sosial. Pekerja sosial dapat melakukan penelitian dan berkomunikasi dengan *issue global*, organisasi dapat meningkatkan pengetahuan staf, bahkan pemerintah dapat mencari pemahaman masalah dari masyarakat

3) Mengatasi Hambatan Inklusi

Beberapa kelompok di masyarakat sangat sulit untuk berinteraksi dengan yang lain, sebagai contoh lanjut usia, penyandang disabilitas. Mereka dapat berkumpul secara aman, bersosialisasi dan mulai mengulirkan berbagai issue dan aktivitas. Media sosial sangat efektif untuk menghubungkan dan menarik kelompok yang berbeda yang mana mereka beraksi untuk bertatap muka bersama bersama. Hal tersebut ditujukan untuk mengatasi diskriminasi, membangun keterampilan dan pekerjaan bagi penyandang disabilitas, melakukan pemberdayaan bagi pemuda, pemberdayaan bagi lanjut usia. Sebagai contoh *Whizz-Kids Unlimited* merupakan program untuk membangun hubungan dan komunitas yang sebelumnya belum terhubung bagi komunitas pemuda pengguna kursi roda. Dengan alat media sosial anggotanya mendapatkan jalan untuk bersosialisasi, menyebarkan pengalaman dan saling membantu belajar keterampilan baru. Young Scot, sebuah kegiatan amal yang memberikan informasi kepada pemuda Scotlandia yang berumur 11-26 tahun. Media ini menjalankan forum online untuk berbagi pengalaman tentang lingkungan di media online dan sekarang media online tersebut mendukung pemuda untuk menciptakan peluang sesama pemuda dan saling mendukung satu sama lain. Hal yang sama juga untuk lansia

4) Menghubungkan Masyarakat

Alat media sosial menghubungkan masyarakat satu dengan yang lain seringkali mempunyai nilai sosial sendiri. Menolong masyarakat dengan berbagi nasehat, mendukung satu sama yang lain tumbuh subur di masyarakat. Media sosial dapat menyebarkan promosi percakapan antara masyarakat yang berjauhan, membangun kohesi sosial dan memperkuat masyarakat lokal. Komunitas *online* dapat selalu terhubung dengan masyarakat mengenai beberapa hal meskipun secara geografis berjauhan dan tidak memungkinkan untuk bertemu satu sama yang lain. dampak dari komunitas *online* ini berdampak penting pada studi kedokteran mengenai penderita kanker payudara dan HIV. dimana partisipan adalah komunitas *online* yang mengetahui kondisi lebih baik dan luas cakupan dengan biaya yang relatif lebih rendah.

5) Peningkatan Penyampaian Pelayanan

Media sosial sudah menjadi kebiasaan dan semakin penting bagi semua orang. Media sosial tumbuh sesuai dengan harapan, masyarakat dapat memilih berbagai platform media sosial untuk mengakses pelayanan secara langsung dari organisasi dan memberitahukan organisasi apa yang mereka layanan yang mereka butuhkan. Kedepan, organisasi berpikir meletakkan pengharapan untuk penggunaan baik melalui media sosial. dengan media sosial dapat mendukung dengan komunitas *online*, memperbaiki pelayanan dengan umpan balik, desain bersama dan produksi bersama.

6) Penskalaan Secara Cepat

Melalui jalur komunikasi 2 arah secara real time media sosial mengizinkan organisasi untuk melibatkan pendukungnya didalam pekerjaan dan pendukungnya dapat berkontribusi langsung dalam pencapaian misi organisasi. Kekuatan dari media sosial

adalah untuk memobilisasi masyarakat secara luas dengan cepat yang sangat sulit dilakukan pada aktivitas *reguler*. Media sosial sangat efektif untuk memperhitungkan biaya karena interaksi langsung (*offline*) biaya masukan tidak langsung pada masyarakat yang potensial

7) Penggalangan Dana

Beberapa tahun terakhir, terjadi pertumbuhan situs web yang memfasilitasi donasi secara *online* baik dari jumlah penyelenggara, penyumbang maupun dananya. masyarakat dengan mudah melakukan donasi. *The Blackbaud 2010 Online* melaporkan selama 24 bulan terdapat 1.812 organisasi di amerika serikat terus tumbuh dari tahun ke tahun sebesar 34,5 persen dari tahun 2009 dengan pertumbuhan pengumpulan dana sebesar 7,6 persen. *Just Giving*, salah satu situs web pengumpul dana di Inggris berhasil mengumpulkan dana sebesar 770 juta euro dari donatur. situs mengizinkan organisasi dan individu untuk menciptakan halaman pengumpulan dana sendiri dan pendukung secara cepat dan mudah membuat donasi *online* dan terintegrasi secara otomatis dengan akun *twitter* dan *facebook*.

8) Transparansi dan Akuntabilitas

Pada saat sekarang dimana individu dapat menyiarkan informasi secara online secara cepat, saatnya sangat sulit baik organisasi dan lembaga untuk menyimpan informasi dan aktivitas secara rahasia. Media sosial mendorong organisasi untuk transparan dalam akvitasnya. Melalui organisasi kecil dan individu untuk meminta transparansi dari lembaga besar dan keseimbangan keputusan dan pengeluaran. Untuk organisasi sosial dan sektor publik sepantasnya mempertimbangkan transparansi sebagai suatu tujuan. Menyediakan *stakeholder* dengan pandangan bersih aktivitas internal

dengan mengizinkan lembaga luar untuk laporan pertanggungjawaban sebagai praktik yang baik dengan transparansi dapat membantu secara efektif peningkatan donasi, membangun kepercayaan dan hubungan dengan masyarakat. Pada berbagai kasus dapat meningkatkan kepercayaan dan mendapatkan dukungan dari berbagai pihak.

Dari berbagai media sosial tersebut yang paling populer adalah *twitter* dan *facebook*. 2 media sosial ini mempunyai kelebihan dan kekurangan yaitu:

1) *Twitter*

Twitter merupakan layanan *microblogging* yang dimiliki dan dioperasikan oleh *Twitter Inc*. Pengguna dapat membaca dan mengirim pesan atau *tweet* sepanjang maksimal 140 karakter. Pengguna dapat melihat kicauan penulis lain yang dikenal dengan sebutan *followers* (pengikut) dan memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan yang disebut kicauan (*tweets*). Kicauan adalah teks tulisan hingga 140 karakter yang ditampilkan pada halaman profil pengguna. Kicauan bisa dilihat secara luar, namun pengirim dapat membatasi pengiriman pesan ke daftar teman-teman mereka saja

Kelebihan:

- Menjangkau tidak hanya antara teman, dalam *twitter* jika ingin menambah teman cukup melakukan '*follow*' dan tidak perlu disetujui oleh orang yang kita '*follow*', jika di *facebook* harus menunggu konfirmasi dari orang yang di add.
- Komunikasi di *twitter* terjadi sangat cepat. Sering terjadi berita-berita terupdate, seperti terjadinya suatu bencana misalnya, lebih dahulu didapatkan infonya melalui *twitter*.
- Terdapat fitur *trending topic* yang

memungkinkan kita untuk mengetahui apa saja yang sedang *in* atau *happening* dibicarakan oleh para pengguna *twitter*.

- Pengguna dapat mengubah gambar *layout* sesuai dengan selera mereka.

Kekurangan:

- Setiap *tweet* dibatasi maksimal hanya 140 karakter saja.
- Banyak *symbol* yang harus diingat kegunaannya oleh pengguna, seperti @, RT, # dan lain-lain.
- Tidak ada fitur *Chatting* seperti di *facebook*.
- Tidak bisa membuat album foto seperti di *facebook*.
- Ukuran avatar (foto profil) kecil.

2). *Facebook*

Siapa yang tidak kenal *facebook*? Mulai dari anak kecil sampai dewasa pasti sudah akrab dengan nama jejaring sosial yang satu ini. Dimulai dari kemunculannya tahun 2006 yang mampu menggeser dominasi *friendster*; sedikit demi sedikit, *facebook* mulai membangun kekuatannya menjadi media sosial yang paling populer.

Kelebihan:

- Menggunakan *facebook* sangat mudah.
- Pengguna *facebook* sangat banyak, mencapai 700.000.000 pengguna aktif per bulan.
- Bisa digunakan untuk media bisnis online melalui jaringan pertemanan yang telah dimiliki.
- *Upload* gambar mudah, dan bisa dibuat album foto.
- Terdapat aplikasi *chat* yang membuat pengguna yang sedang *online* bisa *chat* dengan temannya yang sedang *online* juga.
- Pengguna bisa membuat/bergabung dengan group kesukaan/hobi/bisnis/

pertemanan yang memungkinkan pembagian informasi lebih spesifik, mudah, dan tepat sasaran.

Kekurangan:

- Seringnya *facebook* berubah tampilan kerap membuat pengguna bingung.
- *Layout* yang tidak bisa diganti.
- Alur informasi masih kalah cepat dengan *twitter*.

Setiap jejaring sosial pasti memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. *Twitter* unggul pada kecepatan arus informasi, *facebook* unggul pada kelengkapan fitur dan banyaknya jumlah penggunanya. Pada akhirnya, memilih jejaring sosial bergantung pada kebutuhan pengguna sendiri.

Media sosial tentunya bermanfaat pada usaha kesejahteraan sosial. Kesejahteraan sosial adalah suatu keadaan atau kondisi kehidupan manusia yang tercipta ketika berbagai permasalahan sosial dapat dikelola dengan baik, ketika kebutuhan manusia dapat terpenuhi dan ketika kesempatan sosial dapat dimaksimalkan (Midgley,2005;14). Hal yang hampir sama dikemukakan oleh (Brzuzy, 1998) yang mendefinisikan kesejahteraan sosial adalah kondisi atau kesejahteraan suatu masyarakat. Kesejahteraan sosial meliputi kesehatan masyarakat, kondisi ekonomi, kebahagiaan dan kualitas hidup.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial Penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial adalah upaya yang terarah, terpadu, dan berkelanjutan yang dilakukan Pemerintah, pemerintah daerah, dan masyarakat dalam bentuk pelayanan sosial guna memenuhi kebutuhan dasar setiap warga negara, yang meliputi rehabilitasi sosial, jaminan sosial, pemberdayaan sosial, dan perlindungan sosial. Dengan demikian maka penyelenggara pembangunan kesejahteraan sosial dilakukan pemerintah, pemerintah daerah

dan masyarakat. Pada tingkat pemerintah adalah Presiden Republik Indonesia sebagai pemegang kekuasaan pemerintahan Negara Republik Indonesia sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945 dan Kementerian Sosial RI mempunyai tugas membantu Presiden dalam menyelenggarakan urusan di bidang sosial dalam pemerintahan. Oleh karena itu yang dimaksud dengan pembangunan kesejahteraan sosial pada artikel ini adalah pembangunan dalam arti pembangunan sektoral yaitu kegiatan yang dilakukan oleh Kementerian Sosial RI.

Kepedulian pemerintah dan masyarakat secara umum terhadap perlunya standar kehidupan yang lebih baik, telah mendorong terbentuknya berbagai usaha kesejahteraan sosial. Usaha kesejahteraan sosial (*social welfare service*) itu sendiri, pada dasarnya merupakan suatu program ataupun kegiatan yang didesain secara konkrit untuk menjawab masalah, kebutuhan masyarakat ataupun meningkatkan taraf hidup masyarakat. Usaha kesejahteraan sosial itu sendiri dapat ditujukan pada individu keluarga, kelompok-kelompok dalam komunitas ataupun komunitas secara keseluruhan (komunitas lokal, regional maupun nasional) (Adi, 2005, h. 86).

Dari hal di atas, dapat dilihat bahwa kesejahteraan sosial sebagai suatu kondisi kehidupan yang diharapkan masyarakat tidak akan terwujud bila tidak dikembangkan usaha kesejahteraan sosial, baik yang dilakukan oleh pihak pemerintah, organisasi non pemerintah maupun dunia usaha. Oleh karena itu berjalan atau tidaknya suatu usaha kesejahteraan sosial sangat dipengaruhi oleh organisasi yang menyediakan usaha kesejahteraan sosial (Adi, 2005, h. 86). Pada penulisan artikel ini yang dimaksud dengan usaha kesejahteraan sosial adalah usaha kesejahteraan sosial yang dilaksanakan oleh pihak pemerintah yaitu Kementerian Sosial RI.

Meskipun perkembangan begitu pesat namun belum banyak dimanfaatkan pada

usaha kesejahteraan sosial, khususnya yang dilakukan oleh Kementerian Sosial RI. Manfaat media sosial dalam tulisan ini kami sintesakan sebagai berikut: melihat ragamnya media sosial yang memiliki ciri-ciri, karakteristik, jenis, klasifikasi dan tujuan yang berbeda antara satu dengan lainnya maka penulis mensintesakan bahwa rumusan manfaat media sosial tercermin dari tujuannya. Oleh karena itu, artikel ini menggunakan pendapat Perrin (2011) sebagai alat analisis dalam melihat pemanfaatan media sosial untuk usaha kesejahteraan sosial. Selain itu dibahas juga kondisi situs web di lingkungan Kementerian Sosial RI yang merupakan media on-line utama pada unit kerja di lingkungan Kementerian Sosial RI.

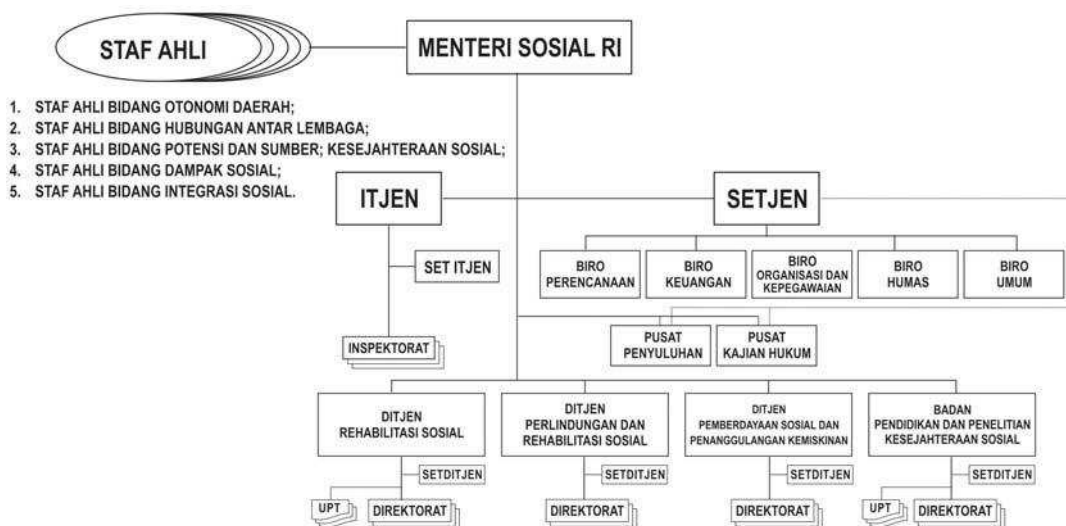
PEMBAHASAN

Kondisi Situs Web (*Website*) dan Media Sosial di Kementerian Sosial RI

Pada pelaksanaan pembangunan kesejahteraan sosial, Kementerian Sosial mempunyai struktur dan organisasi. Berdasarkan Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor: 86/Huk/2010 tahun 2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Sosial RI, maka organisasi Kementerian Sosial RI terdiri atas:

- 1) Sekretariat Jenderal
- 2) Direktorat Jenderal Rehabilitasi Sosial
- 3) Direktorat Jenderal Perlindungan dan Jaminan Sosial
- 4) Direktorat Jenderal Pemberdayaan Sosial dan Penanggulangan Kemiskinan
- 5) Inspektorat Jenderal
- 6) Badan Pendidikan dan Penelitian Kesejahteraan Sosial
- 7) Staf Ahli Bidang Otonomi Daerah
- 8) Staf Ahli Bidang Hubungan Antar Lembaga

Gambar 2.
Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Sosial RI



Sumber: Permensos RI No: 86/Huk/2010 tahun 2010 tentang Organisasi Dan Tata Kerja Kementerian Sosial RI

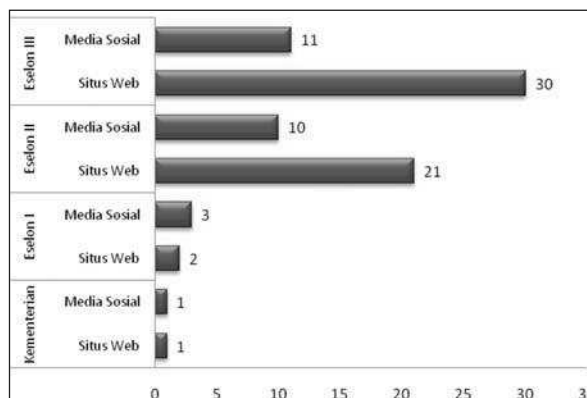
- 9) Staf Ahli Bidang Potensi dan Sumber Kesejahteraan Sosial
- 10) Staf Ahli Bidang Dampak Sosial
- 11) Staf Ahli Bidang Integrasi Sosial
- 12) Pusat Penyuluhan Sosial
- 13) Pusat Kajian Hukum.

Struktur organisasi dan tata kerja tersebut merupakan hirarki unit kerja di Kementerian Sosial yang terdiri dari unit kerja Eselon I, Eselon II, Eselon III dan Eselon IV. Struktur organisasi tersebut terdiri organisasi pusat yaitu direktorat, pusat, biro dan organisasi unit pelaksana teknis (UPT). Menurut Permensos RI Nomor 86/huk/2010 tahun 2010 tersebut, di lingkungan Kementerian Sosial dapat dibentuk Unit Pelaksana Teknis sebagai pelaksana tugas teknis penunjang Direktorat Jenderal dan Badan sesuai dengan kebutuhan. Di Kementerian Sosial RI UPT terdiri dari Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan, Balai Penelitian dan Pengembangan dan Panti Sosial

Keseluruhan unit kerja di Kementerian Sosial sebanyak 61 unit kerja baik itu tingkat Kementerian, Eselon I, Eselon II, Eselon III dan Eselon IV. Pada unit kerja tersebut, pemanfaatan internet sebagai sarana komunikasi ke masyarakat umum ternyata masih relatif sedikit. Berdasarkan penelusuran di internet yang dilakukan pada Bulan Januari-Februari

2013 dan kemungkinan mengalami perubahan, diketahui bahwa sebanyak 54 unit kerja dari 61 unit kerja (88,52 persen) telah memiliki situs web dan hanya sebanyak 25 unit kerja (40,98 persen) sudah memiliki media sosial yang pada umumnya pada *facebook* dan *twitter*.

Pada tingkat Kementerian Sosial situs web <http://www.kemsos.go.id> cukup informatif dan selalu diperbaharui informasinya. Namun pada media sosial *twitter* @kemsos sangat jarang statusnya diperbaharui dan cenderung kurang informatif. Pada tingkat Eselon I hanya 2 Direktorat Jenderal yaitu Direktorat Jenderal Perlindungan dan Jaminan Sosial (<http://linjamsos.kemsos.go.id>) dan Direktorat Jenderal Rehabilitasi Sosial ([**Gambar 3.**
Jumlah Situs Web dan Media di Kementerian Sosial RI](http://rehsos.</p>
</div>
<div data-bbox=)



Sumber: hasil penelitian, 2013

kemosos.go.id) yang sudah memiliki situs web. Sedangkan Direktorat Pemberdayaan Sosial dan Penanggulangan Kemiskinan, Sekretariat Jenderal, Badan Pendidikan dan Penelitian Kesejahteraan Sosial, Inspektorat Jenderal belum memiliki situs web.

Pada media sosial hanya Direktorat Jenderal Rehabilitasi Sosial yang mempunyai akun *facebook*: direktorat jenderal rehabilitasi sosial sedangkan Badan Pendidikan dan Penelitian Kesejahteraan Sosial dan Direktorat Jenderal

Perlindungan dan Jaminan Sosial memiliki group pada *facebook* yang hanya bisa diakses oleh internal unit kerja tersebut. Pada Direktorat Jenderal Rehabilitasi Sosial mempunyai situs web <http://outreacher.kemosos.go.id> dan media sosial *facebook*: *trckemosos*, *twitter*: @TRC_Kemosos yang merupakan situs web dan media Tim Reaksi Cepat Kementerian Sosial RI. TRC Kemosos dibentuk sebagai langkah antisipasi keterbatasan jangkauan pelayanan sosial.

Pada tingkat eselon II, tidak semua unit kerja

Tabel 1.
Situs Web dan Media Sosial Unit Kerja Eselon II Kementerian Sosial RI

No	Unit Kerja	Situs Web resmi & Situs Web terkait	Media Sosial	Keterangan
1	Biro Perencanaan	http://perencanaan.depsos.go.id	-	Situs web tidak diperbaharui & media sosial tidak ada
2	Biro Keuangan	http://simkeu.kemosos.go.id	-	Situs web jarang diperbaharui & media sosial tidak ada
3	Biro Orpeg	http://kepegawaian.kemosos.go.id http://simpeg.kemosos.go.id	-	Situs web jarang diperbaharui & media sosial tidak ada namun situs web sistem kepegawaian
4	Biro Humas	http://humas.kemosos.go.id http://perpustakaan.kemosos.go.id	<i>twitter</i> : @HumasKemososRI	Situs web & media sosial jarang diperbaharui namun ada situs web
5	Biro Umum	http://lpse.kemosos.go.id	-	Situs web khusus pengadaan barang dan jasa, media sosial tidak ada
6	Puspensos	http://puspensos.kemosos.go.id	-	Situs web tidak diperbaharui & media sosial tidak ada
7	Puslitbangkesos	http://puslit.kemosos.go.id	<i>twitter</i> : @puslitbangkesos	Situs web dan media sosial diperbaharui selain ada media sosial grup tertutup
8	Pusbinjafung Peksos & Pensos	http://p4s.kemosos.go.id	<i>facebook</i> : P4sKemosos <i>twitter</i> : @p4skemosos	Situs web dan media sosial diperbaharui
9	STKS Bandung	http://stks.kemosos.go.id http://www.stks.ac.id	halaman <i>facebook</i> : STKS Bandung, <i>twitter</i> : @NewsSTKS	Situs web dan media sosial diperbaharui, beberapa kegiatan di upload di youtube
10	B2P2KS Yogyakarta	http://bbppks.jogja.com	-	Situs web jarang diperbaharui & media sosial tidak ada
11	B2P3KS Yogyakarta	http://b2p3ks.kemosos.go.id	-	Situs web tidak diperbaharui & media sosial tidak ada
12	B2P2KS Banjarmasin	http://banjar.kemosos.go.id	-	Situs web jarang diperbaharui & media sosial tidak ada
13	B2P2KS Makassar	http://bbppksmks.blogspot.com	-	Situs web jarang diperbaharui & media sosial tidak ada
14	Direktorat KSA	http://pkas.kemosos.go.id	Grup <i>facebook</i> : Forum SAKTI PEKSOS	Situs web Direktorat tidak ada namun ada situs webs program & media sosial forum sakti peksos

No	Unit Kerja	Situs Web resmi & Situs Web terkait	Media Sosial	Keterangan
15	BRSBD "Prof DR Soeharso" Surakarta	http://soeharso.depsos.go.id	Halaman facebook: Balai Besar Rehabilitasi Sosial Bina Daksa BBRSD Surakarta	Situs web diperbaharui & media sosial jarang diperbaharui
16	BRSBG" Kartini" Temanggung	http://kartini.kemsos.go.id	halaman facebook: Balai Besar Rehabilitasi Sosial Bina Grahita Kartini Temanggung	Situs web diperbaharui & media sosial jarang diperbaharui
17	BBRVBD Cibinong	http://cibinong.kemsos.go.id	halaman facebook: ALUMNI-BBRVBD	Situs web diperbaharui tapi media sosial khusus alumni
18	BPBI ABIYOSO Cimahi	http://bpbiabiyoso.kemsos.go.id	-	Situs Web diperbaharui tapi media sosial tidak ada
19	Direktorat PPSDS	http://ppsds.kemsos.go.id	facebook: Adm Perizinan	Situs Web dan media sosial diperbaharui
20	Direktorat PSKBA	http://tagana.kemsos.go.id	facebook: tagainonesia, twitter: @TAGANA_KEMENSOS	Situs web direktorat tidak ada tapi situs web dan media sosial sering diperbaharui
21	Direktorat Jamsos	http://pkh.kemsos.go.id	halaman facebook: Program Keluarga Harapan (PKH)	Situs web direktorat tidak ada tapi situs web dan media sosial PKH
22	Direktorat K2S	http://pahlawancenter.com	-	Situs web direktorat dan media sosial tapi ada situs web pahlawan namun jarang diperbaharui

Sumber: hasil penelitian, 2013

di Kementerian Sosial RI yang mempunyai situs web dan media sosial, dari 46 unit kerja hanya 22 unit kerja yang mempunyai situs web dan hanya 11 unit kerja yang memiliki media sosial

baik *facebook* dan

twitter. Pada situs web unit kerja eselon II tersebut hanya beberapa situs web yang sering diperbaharui isinya seperti situs web

Tabel 2.
Situs Web dan Media Sosial Panti Sosial (Unit Kerja Eselon III)
Kementerian Sosial RI

No	Unit Kerja	Situs Web resmi & Website terkait	Media Sosial
1	PSMP Handayani	http://handayani.kemsos.go.id	-
2	PSBN, Tan Miyat, Bekasi	http://tanmiyat.kemsos.go.id	facebook: PSBN Tanmiyat
3	PSKW Mulya Jaya, Jakarta	http://mulyajaya.kemsos.go.id	facebook: pskw mulyajaya
4	PSBR Bambu Apus, Jakarta	http://bambuapus.kemsos.go.id	halaman facebook: PSBR Bambu Apus Jakarta Timur grup facebook: PSBR BAMBUPUS JAKARTA TIMUR ANGKATAN 60 THN 2006
5	PSBR/W Melati, Jakarta	http://melati.kemsos.go.id	facebook: psbrw melati
6	PSTW Budi Dharma Bekasi	http://budhidharma.kemsos.go.id	facebook: pstwbudhidharma
7	PSBL Phala Martha Sukabumi, Jabar	http://phalamartha.kemsos.go.id	facebook: psblphalamartha
8	PSBN Wyata Guna Bandung, Jabar	http://wiyataguna.kemsos.go.id	-
9	PSBK Pangudi Luhur Bekasi, Jabar	http://pangudiluhur.kemsos.go.id	-

No	Unit Kerja	Situs Web resmi & Website terkait	Media Sosial
10	PSPP Galih Pakuan Bogor, Jabar	http://galihpakuan.kemsos.go.id	halaman facebook: PSPP-Galih-Pakuan
12	PSBG Ciung Wanara, Bogor, Jabar	http://ciungwanara.kemsos.go.id	
13	PSPA. Satria Baturaden , Jateng	http://satria.kemsos.go.id	-
14	PSMP Antasena Magelang, Jateng	http://antasena.kemsos.go.id	facebook: psmp magelang
15	PSAA Tunas Bangsa Pati, Jateng	http://tunasbangsa.kemsos.go.id	-
16	PSBD Bahagia Sumatera Utara	http://bahagia.kemsos.go.id	-
17	PSPP Insyaf Medan, Sumut	http://insyaf.kemsos.go.id	-
18	PSBR Rumbai Pekanbaru, Riau	http://rumbai.kemsos.go.id	-
19	PSAA Alyatama Jambi	http://alyatama.kemsos.go.id	facebook: psaa alyatamajambi
20	PSBD Budi Perkasa Palembang	http://budiperkasa.kemsos.go.id	facebook: psbdbudiperkasa
21	PSBL Budi Luhur Banjarbaru, Kalsel	http://budilhur.depsos.go.id	-
22	PSBN Tu Mou Tou Manado, Sulut	http://tumoutou.kemsos.go.id	-
23	PSBG Nipotowe, Palu, Sulteng	http://nipotowe.kemsos.go.id	-
24	PSMP Todopoli Makassar, Sulsel	http://todopoli.kemsos.go.id	-
25	PSBD Wirajaya Makassar	http://wirajaya.kemsos.go.id	Group facebook :PSBD WIRAJAYA MAKASSAR-
26	PSTW Gauma Baji Makasar	http://gaumbaji.kemsos.go.id	
27	PSBN Mahat Mia, Tabanan, Bali	http://mahatmiya.kemsos.go.id	
28	PSMP Paramita Mataram, NTB	http://paramita.kemsos.go.id	
29	PSBR Nai Bonat Kupang, NTT	http://naibonat.kemsos.go.id	
30	PSBR/W Efata Kupang, NTT	http://effata.kemsos.go.id	
31	PSBL Dharma Guna Bengkulu	http://dharmaguna.kemsos.go.id	
32	PSBPLK Wasana Bahagia Ternate	http://wasanabahagia.kemsos.go.id	
33	PSBRW Meohai Kendari	-	-
34	PSTW Minaula Kendari	-	-
35	PSAA Darussa'adah Aceh	http://darusaadah.depsos.go.id	
36	SDC Bambuapus	http://sdc.depsos.go.id	
37	RPSA Bambuapus	http://rpsabambuapus.depsos.go.id	

Sumber: hasil penelitian, 2013

Puslitbangkesos, Pusbinjafung Peksos & Pensos, STKS Bandung, B2P3KS Yogyakarta BRSBD "Prof DR Soeharso" Surakarta, BRSBG" Kartini" Temanggung, BBRVBD Cibinong, BPBI ABIYOSO Cimahi dan Direktorat PPSDS.

Sementara itu beberapa unit kerja eselon II mempunyai situs web program yang merupakan tugas pokok unit kerja tersebut dan situs web tersebut sering diperbaharui yaitu: 1). Direktorat Kesejahteraan Sosial Anak (<http://pksa.kemsos.go.id>), 2). Direktorat Perlindungan Sosial Korban Bencana Alam (<http://tagana.kemsos.go.id>), 3). Direktorat Jaminan Sosial (<http://pkh.kemsos.go.id>), 4). Biro Orpeg (<http://simpeg.kemsos.go.id>) dan 5).

Biro Humas (<http://perpustakaan.kemsos.go.id>)

Pada media sosial beberapa unit kerja eselon II sudah mempunyai media sosial baik berupa *facebook* dan *twitter* namun media sosial tersebut belum sepenuhnya dikelola dengan baik dan berupa akun resmi unit kerja. Akun *twitter* @TAGANA_KEMENSOS cukup informatif dan membantu pada pelaksanaan penanganan bencana banjir di Jakarta namun media sosial lainnya belum digunakan secara maksimal.

Berbeda dengan unit kerja tingkat eselon I dan II yang relatif masih jarang mempunyai

situs web, pada tingkat eselon III khususnya Unit Pelaksana Teknis (UPT) Panti Sosial Kementerian Sosial RI semua memiliki situs web dan semua situs web tersebut selalu diperbaharui. Pada pemanfaatan media sosial, hanya sebagian panti sosial memiliki akun *facebook* yang bisa diakses oleh masyarakat, meskipun akun tersebut kebanyakan bukan akun resmi unit kerja tersebut dan kurang informatif.

Pemanfaatan Media Sosial di Lingkungan Kementerian Sosial

Jika merujuk dengan kondisi situs web dan media sosial di Kementerian Sosial RI tersebut maka secara umum atau sebanyak 88,52 persen unit kerja telah memiliki situs web namun hanya sebanyak 40,98 persen unit kerja yang mempunyai media sosial. Unit kerja yang mempunyai media sosial pada umumnya berupa *facebook* dan hanya beberapa unit kerja yang mempunyai akun *twitter*.

Pemanfaatan media sosial di lingkungan Kementerian Sosial RI belum optimal, akun-akun *facebook* unit kerja tersebut hanya sebatas untuk menjalin hubungan sosial personal yang terlibat dalam berbagai program dan kegiatan unit kerja tersebut dan tidak terkoordinasikan dan sangat jarang terkoordinasikan secara baik, biasanya muncul atas inisiatif personal yang ada di lingkungan unit kerja tersebut. *Facebook* yang mempunyai keunggulan: mudah menggunakannya, penggunanya sangat banyak, pengguna bisa membuat/bergabung dengan group kesukaan/hobi/bisnis/pertemanan yang memungkinkan pembagian informasi lebih spesifik, mudah, dan tepat sasaran. Keunggulan *facebook* tersebut dapat dioptimalkan untuk media komunikasi dan penggalangan potensi dan sumber kesejahteraan sosial.

Sedangkan *twitter* tidak hanya sebagai media pertemanan sosial, akan tetapi juga mengizinkan masyarakat untuk mengikuti topik, masyarakat dan pembicaraan penting yang menarik dan

relevan secara cepat. Dengan keunggulan *twitter* tersebut unit kerja dapat mengikuti topik dan pembicaraan yang sedang hangat di masyarakat dan dapat merespon secara cepat topik dan pembicaraan yang sesuai dengan tugas dan fungsi unit kerja tersebut.

Berdasarkan 8 tujuan media sosial untuk perubahan sosial (Perrin, 2011), semua unit kerja di Kementerian Sosial RI dapat memanfaatkan media sosial tersebut. Akan tetapi mengingat prioritas program maka paling tidak Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Sosial RI dan Pusat Penyuluhan Sosial (Puspensos) bisa mengoptimalkan manfaat media sosial.

Biro Hubungan Masyarakat mempunyai tugas melaksanakan urusan publikasi dan pemberitaan, hubungan antar lembaga, perpustakaan dan dokumentasi di lingkungan Kementerian Sosial RI dapat memanfaatkan media sosial untuk urusan publikasi, pemberitaan maupun membangun hubungan antar lembaga sehingga *twitter* dan *facebook* sangat membantu untuk menjalankan tugas tersebut.

Sedangkan Pusat Penyuluhan Sosial mempunyai tugas melaksanakan penyuluhan sosial dan menyelenggarakan fungsi:

- Penyusunan kebijakan teknis, rencana dan program penyuluhan sosial;
- Pelaksanaan penyiapan analisis kebutuhan materi penyuluhan dan bimbingan sosial;
- Pelaksanaan dan kerja sama penyuluhan dan bimbingan sosial;
- Evaluasi dan penyusunan laporan pelaksanaan penyuluhan dan bimbingan sosial; dan
- pelaksanaan urusan tata usaha dan rumah tangga Pusat

Dapat memanfaatkan media sosial sebagai inovasi baru dalam melaksanakan tugas dan fungsi penyuluhan sosial.

Puslitbangkesos, B2P3KS Yogyakarta

dan STKS Bandung dapat memanfaatkan media sosial untuk berbagi pengetahuan dan berkolaborasi dengan berbagai pihak dalam kegiatan penelitian dan pengembangan. Direktorat Rehabilitasi Sosial dan Direktorat Pemberdayaan Sosial dan Penanggulangan Kemiskinan dapat memanfaatkan media sosial untuk mengatasi hambatan inklusi dan menghubungkan masyarakat.

Pada unit pelaksana teknis Panti Sosial media sosial dapat meningkatkan penyampaian pelayanan. Unit kerja yang menangani bencana baik bencana alam maupun bencana sosial dapat meningkatkan penskalaan secara cepat. Direktorat Pengelolaan Pengumpulan Sumber Daya Sosial dapat menggunakan media sosial untuk pengumpulan dana dan Inspektorat Jenderal dapat memanfaatkan media sosial untuk transparansi dan akuntabilitas keuangan.

Jika merujuk pada definisi usaha kesejahteraan sosial khususnya yang dilaksanakan oleh Kementerian Sosial yaitu suatu program ataupun kegiatan yang didesain secara konkrit untuk menjawab masalah, kebutuhan masyarakat ataupun meningkatkan taraf hidup masyarakat maka media sosial dapat membantu untuk mewujudkan tujuan dari usaha kesejahteraan sosial. Kontribusi nyata dari media sosial tersebut dapat berwujud sebagai upaya untuk kampanye/penyuluhan sosial, mempercepat penyampaian pesan, mengatasi hambatan inklusi, upaya penggalangan dana dan transparansi serta akuntabilitas unit kerja.

KESIMPULAN

Penggunaan media sosial semakin marak di Indonesia belum banyak dimanfaatkan pada usaha kesejahteraan sosial yang dilakukan oleh Kementerian Sosial RI. Hanya 40,98 persen unit kerja di lingkungan Kementerian Sosial RI yang mempunyai akun media sosial dan akun media sosial tersebut kebanyakan belum terkoordinasikan dengan baik hanya sebatas

inisiatif personal di lingkungan unit kerja tersebut. Akun *twitter* @tagana_kemensos, @TRC_Kemensos dan @puslitbangkesos yang cukup informatif dan dikelola secara baik. Dampak positifnya berupa keterbukaan informasi, dampak negatifnya melimpahnya informasi yang tercampur sampah sehingga perlu bijak memilah dan menyaringnya. Semestinya Biro Humas, Puspensos dan Pusdatinkesos dapat memaksimalkan penggunaan media sosial untuk komunikasi, edukasi dan penyebaran informasi Kementerian Sosial RI.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, I. R. (2005). *Ilmu Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial*. Depok: Fisip UI Press.
- Adi, I. R. (2008). *Intervensi Komunitas: Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: Rajawali Press.
- Brzuzy, A. E. (1998). *Social Welfare Policy; Program and Practice*. Illinois: FE Peacock Publishers.
- Cafe, 3. k. (2012). *Peran Media Sosial di Indonesia*. <http://benykla.wordpress.com/2012/11/19/peran-media-sosial-di-indonesia/>
- Communication, F. (2012). *Social Media Marketing Indonesia*. <http://fogcommunication.com/social-media/social-media-marketing-indonesia/>
- Cresswell, J. W. (2002). *Desain Penelitian: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: KIK Press.
- Fungsi dan Peranan Media Sosial* (n.d.) November 8, 2012). <http://waroengkemanx.blogspot.com/2012/11/fungsi-dan-peranan-media-sosial-alat.html>
- IMMC. (2012). *IMMC: Peran Sosial Media Di*

- Pilgub DKI Semakin Penting*. <http://www.immcnews.com/Analisa-Pilgub-DKI-putaran-2/immc-peran-sosial-media-di-pilgub-dki-semakin-penting.html>
- Irawan, R. (n.d.). (2013). *Peran Social Media Di Dunia Politik Indonesia*. <http://www.exodigitalagency.com/blog/peran-social-media-di-dunia-politik#.UQIntifBM3c>
- Jumlah pengguna twitter di indonesia tahun 2012. (2012). <http://www.fanspage.com/2012/12/jumlah-pengguna-twitter-di-indonesia-tahun-2012.html#>
- Kaplan, A. M. (2010). *Users of the World, unite ! The Challenges and opportunity of Social Media*. *Bussiness Horizons*, 59-68.
- Karimudin, A. (2012). <http://dailysocial.net/post/markplus-insight-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-capai-61-juta-orang>
- Kurniali, S. (n.d.). <http://sartikakurniali.com/wp-content/uploads/2009/10/Role-of-Social-Media-Applications-On-the-Internet-In-Knowledge-Management-Process.pdf>
- Mayfield, A. (n.d). *What is Social Media*. dari Crossing: <http://www.iCrossing.com/ebooks>
- Midgley, J. (2005). *Pembangunan Sosial: Perspektif Pembangunan dalam Kesejahteraan Sosial*. (D. S. Sirojudin, Penerjemah) Jakarta: Ditperta Depag RI.
- Neuman, L. (2006). *Social Research Methods Qualitative and Quantitative Approaches* (Sixth Edition ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Parikesit, A. A. (2013, januari 21). *Peran Media Sosial di Kala Banjir*. <http://inet.detik.com/read/2013/01/21/141928/2148392/398/peran-media-sosial-di-kala-banjir>
- Perrin, F. d. (2011). *Philantropy and Social Media*. IndigoTrust: <http://indigoTrust.wordpress.com>
- PT. Telkom. (2012, Maret 5). *Indonesia Menuju 100 Juta Pengguna Social Media*. <http://www.telkomsolution.com/news/it-solution/indonesia-menuju-100-juta-pengguna-social-media>
- Semiocast. (2012, Juni). http://semiocast.com/publikations/2012_07_30_Twitter_reaches_half_a_billion_accounts_140m_in_the_US
- Simple R Study. (2011, Desember 11). *Kelebihan dan Kekurangan Facebook, Twitter, dan Google Plus*. <http://informatikainformatika.blogspot.com/2011/12/kelebihan-dan-kekurangan-facebook.html>
- Socialbakers*. (2012). <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/>
- Suharto, E. (2008). *Kebijakan Sosial Sebagai Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Visual Scope Studios. (n.d). *What is the Difference Between Twitter and Facebook?* <http://www.visualscope.com/twitfb.html>
- wikipedia. (n.d). *Media Sosial*. <http://id.wikipedia.org/wiki/Media-sosial>