

# KONSTRUKSI TEKNOLOGI JEJARING SOSIAL DALAM PENINGKATAN AKSES INFORMASI RUMAH IBADAH

Oleh  
Heriyanto, M.Kom.  
[mail.heriyanto@Gmail.com](mailto:mail.heriyanto@Gmail.com)

## *Abstract*

Tujuan kajian adalah mendeskripsikan bagaimana konstruksi teknologi jejaring sosial dalam peningkatan akses informasi rumah ibadah. Data-data dikumpulkan melalui berbagai pustaka, seperti buku-buku dan sumber referensi lain baik primer dan skunder. Untuk selanjutnya metode analisis yang digunakan adalah konten analisis, dengan penjabaran secara deskriptif dan menarasikan kembali. Hasil kajian mendeskripsikan teknologi jejaring sosial seperti facebook dan twitter serta segala fasilitas yang dimiliki dapat digunakan untuk mempermudah akses informasi keluar dan kedalam rumah ibadah. Vihara dan Cetiya dapat menggunakan berbagai fasilitas yang ada pada facebook dan twitter untuk mengatasi permasalahan akses informasi. Status, komentar, *notes*, *docs*, *share*, *chatting*, iklan, promosi, lokasi, *event*, *messenger*, *follower*, *following*, *mentions*, dan *hashtag* dapat digunakan untuk melakukan sharing informasi dan mendapatkan informasi bagi Vihara dan Cetiya sehingga bermanfaat terhadap perkembangan dan kemajuan rumah ibadah keagamaan khususnya Vihara dan Cetiya.

*Keyword:* Jejaring Sosial, *Social Networking*, Facebook, Twitter, Akses Informasi

## **Pendahuluan**

Perkembangan Teknologi Informasi dan komunikasi dewasa ini berkembang sangat pesat. Teknologi Informasi dan komunikasi telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Hasil perkembangan Teknologi Informasi dan komunikasi yang sangat terkenal dan relevan masa sekarang adalah Internet dan *Social Networking*. *Social Networking* merupakan bentuk media sosial yang diaplikasikan dengan media baru dalam bentuk situs jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Google+, Youtube, MySpace, LinkedIn, Tumblr, Instagram, dan masih banyak lagi. Pengguna internet akhir tahun 2013 di Indonesia mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Situs jejaring sosial yang paling banyak diakses adalah Facebook dan Twitter<sup>1</sup>. Indonesia menempati

---

<sup>1</sup> Selamatta Sembiring . 2013. Pengguna Internet di indonesia mencapai 63 Juta.

peringkat 4 (empat) pengguna Facebook terbesar setelah USA, Brazil, dan India. Sedangkan untuk pengguna Twitter, Indonesia menempati peringkat 5 (lima) setelah USA, Brazil, Jepang dan Inggris<sup>2</sup>.

Penggunaan jejaring sosial dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat untuk meningkatkan akses informasi, komunikasi, dan sosial menjadi kajian hangat akhir-akhir ini. Situs jejaring sosial juga dapat menjadi wadah untuk mencari teman dan wadah komunikasi tanpa harus bertatap muka. Pola penggunaan facebook dan twitter adalah berbagai informasi, hiburan, kelompok pertemanan, dan komunitas. Kenyataan sekarang, facebook dan twitter juga menjadi bagian dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat. Pendidikan, gaya hidup, hiburan, sosial, dan juga bidang keagamaan tidak lepas dari penggunaan media sosial seperti facebook dan twitter.

Kehadiran jejaring sosial membawa dampak perubahan aktivitas berkomunikasi. Dalam bidang keagamaan, dewasa ini *account* facebook dan twitter dimiliki oleh berbagai yayasan, lembaga, organisasi keagamaan, dan rumah ibadah. Masjid, Gereja, Pura, Vihara, dan Kelenteng hampir seluruhnya memiliki *account* facebook dan twitter untuk berbagai kepentingan, tentunya tidak lepas dari kepentingan *sharing* dan akses informasi. Jejaring sosial membentuk pola komunikasi baru dimasyarakat dengan kekuatan menghilangkan jarak, ruang, dan waktu. Bagaimana teknologi jejaring sosial seperti facebook dan twitter membawa dampak dalam peningkatan akses informasi dan komunikasi rumah ibadah menjadi permasalahan tersendiri. Pencarian lokasi peribadatan disuatu daerah menjadi masalah klasik umat dalam mencari rumah ibadah. Perubahan signifikan proses penyebaran pesan menjadi bagian dari era modern seperti sekarang, tetapi informasi *update* dan tepat waktu yang seharusnya diterima umat masih saja sulit diterima dan jauh dari harapan.

Kesulitan akses informasi baik keluar maupun kedalam organisasi menjadi permasalahan umum masyarakat. Tidak terlepas rumah ibadah juga memiliki permasalahan tersendiri berkaitan dengan akses informasi. Penggunaan

---

<sup>2</sup> [www.kominfo.go.id](http://www.kominfo.go.id). 2013.

[http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita\\_satker#.U6U4ULEYtKO](http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker#.U6U4ULEYtKO)

teknologi internet tidak menjadi alat untuk mengatasi kesulitan akses informasi tetapi hanya menjadi wadah dan tempat untuk hiburan dan eksistensi semata. Di Indonesia penggunaan jejaring sosial seperti facebook dan twitter lebih banyak digunakan untuk hal-hal yang tidak produktif, yang sebenarnya dapat digunakan untuk sesuatu yang bermanfaat. Kemampuan jejaring sosial untuk mendistribusikan segala konten atau informasi dari media yang sedang dibangun tidak dimanfaatkan rumah ibadah untuk mengatasi permasalahan akses informasi. Seiring perkembangan jejaring sosial, seperti facebook dan twitter kini telah dilengkapi dengan fasilitas pencarian (*searching*) yang dapat memberikan hasil berupa teks, foto, maupun video. Pada kenyataan, fasilitas tidak dimanfaatkan sebagai alat untuk penyebaran informasi, fasilitas tersebut lebih banyak digunakan untuk melakukan *upload* foto-foto pribadi dan alat untuk menampilkan eksistensi diri.

Berangkat dari permasalahan yang ada, kajian ini hanya dikhususkan membahas konstruksi teknologi jejaring sosial dalam peningkatan akses informasi rumah ibadah Agama Buddha (Vihara dan Cetiya). Tujuan kajian adalah mendeskripsikan bagaimana konstruksi teknologi jejaring sosial dalam peningkatan akses informasi rumah ibadah. Hasil kajian diharapkan memberikan kontribusi sumbangan teoritis berkaitan dengan pemanfaatan jejaring sosial oleh rumah ibadah khususnya Vihara dan Cetiya. Manfaat praktis hasil kajian dapat digunakan sebagai bahan masukan dan arah kebijakan pemanfaatan teknologi jejaring sosial dalam peningkatan akses informasi rumah ibadah. Hasil kajian juga memberikan masukan bagi para pengurus rumah ibadah dan pengambil keputusan dalam menerapkan teknologi jejaring sosial untuk digunakan mendukung akses informasi rumah ibadah.

## Kajian Teori

### 1. Jejaring Sosial

Internet memiliki berbagai jenis layanan yang diwujudkan dalam berbagai bentuk, mulai portal berita hingga situs jejaring sosial. Situs jejaring sosial adalah suatu media atau sarana untuk berbagi data atau

informasi personal, di mana dalam beberapa situs jejaring sosial terbuka untuk semua orang, dan ada pula yang dibatasi oleh rentang umur tertentu<sup>3</sup>. Situs jejaring sosial menjadi wadah untuk mencari teman dan wadah komunikasi tanpa harus bertatap muka dengan memanfaatkan fasilitas internet. Situs jejaring sosial merupakan sebuah situs berbasis pelayanan yang memungkinkan penggunanya untuk membuat profil, melihat *list* pengguna yang tersedia, serta mengundang atau menerima teman untuk bergabung dalam situs tersebut<sup>4</sup>. Tampilan dasar situs jejaring sosial ini menampilkan halaman profil pengguna, yang di dalamnya terdiri dari identitas diri dan foto pengguna serta dapat menampilkan kronologi dan aktivitas pengguna.

Situs jejaring sosial memiliki daya tarik dan layanan yang berbeda, namun pada dasarnya tujuan jejaring sosial sama yaitu untuk berkomunikasi dengan mudah dan lebih menarik karena ditambah fitur-fitur yang memanjakan penggunanya. Situs jejaring sosial merupakan layanan berbasis web dimana digunakan untuk bersosialisasi dan berkomunikasi dengan pihak lain baik dengan teman, keluarga, maupun suatu komunitas yang memiliki tujuan yang sama. Jejaring sosial juga dapat menghubungkan pengguna dengan banyak orang yang mengguankan jejaring sosial tersebut. Berhubung dengan teman, keluarga, menambah teman baru, menampilkan aktivitas, *upload* foto, teks, video, dan juga melakukan pencarian (*search*).

## 2. Facebook

Facebook merupakan salah satu layanan jaringan sosial internet tanpa harus membayar untuk mendaftar, dan dapat membentuk jaringan sosial dengan mengundang teman. Facebook dapat diakses pada

---

<sup>3</sup> Mann, B. L. 2008. *Social Networking Website - A Concatenation of Impersonation, Denigration, Sexual Aggressive, Solicitation, Cyber- Bullying or Happy Slapping Videos. International Journal of Law and Technology Information , Volume 17 (3), 252-267. Oxford University Press.*

<sup>4</sup> Firmansyah, Aditya. (2010). "Situs Jejaring Sosial Menggunakan Elgg." *Makalah tidak diterbitkan*. Sekolah Teknik Elektro dan Informatika. ITB. Bandung.

www.facebook.com. Dengan Jaringan dibentuk, dapat memberikan akses untuk memperhatikan aktifitas teman, mengikuti *game* yang direkomendasikan, menambahkan teman atau jaringan berdasarkan kriteria tertentu seperti organisasi, sekolah, daerah domisili, kesamaan hobi dan *fans*. Facebook memberikan kesempatan berteman dan membina kehidupan sosial.

Facebook didirikan pada 4 Februari 2004 oleh Mark Zuckerberg. Misi facebook adalah untuk memberi orang kekuatan berbagi dan membuat dunia lebih terbuka dan terhubung. Menggunakan facebook untuk tetap terhubung dengan teman dan keluarga, untuk menemukan apa yang terjadi di dunia, dan untuk berbagi mengungkapkan apa yang penting dan layak diketahui orang banyak. Layanan facebook terdiri dari fitur *update status* dan *comment wall-to-wall*, *note* atau *docs* pada *group*, fitur *share link/ photo/ video*, *group chatting* dan *messenger*, Kronologi aktivitas, *online games*, fungsi iklan dan promosi, fungsi karir, fungsi lokasi, *facebook page*, fungsi hobi, *event*, *upload file*, *developer widget*, *mobile access* dan *browsing*<sup>5</sup>.

### 3. Twitter

Twitter adalah sebuah situs jejaring sosial yang dimiliki dan dioperasikan oleh Twitter Inc., twitter menawarkan jejaring sosial berupa mikroblog sehingga memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan yang disebut kicauan (*tweets*). Twitter diresmikan pada tanggal 19 April 2007. Misi twitter memberikan kemampuan kepada setiap orang untuk membuat dan membagi ide dan informasi secara cepat, tanpa hambatan. Tweet adalah teks tulisan hingga 140 karakter yang ditampilkan pada halaman profil pengguna. Tweet bisa dilihat secara luar, namun pengirim dapat membatasi pengiriman pesan ke daftar teman-teman. Semua pengguna dapat mengirim dan menerima Tweet melalui situs

---

<sup>5</sup> Facebook.com. Info. <https://www.facebook.com/facebook/info>

Twitter, aplikasi eksternal yang kompatibel (*mobile*), atau dengan pesan singkat (SMS) yang tersedia di negara-negara tertentu.

Tweet twitter mampu tersebar ke seluruh dunia kepada teman terhubung dengan kecepatan sepersekian detik melalui kode *hashtag* (#), juga tidak memiliki prosedur keamanan yang rumit. Layanan twitter meliputi layanan bisnis, layanan media, dan layanan pengembang. Istilah dalam twitter meliputi *profil*, *tweet*, *follower*, *following*, *mentions*, *direct message*, *hashtag*, *list*, dan *trending topic*<sup>6</sup>

#### 4. Akses informasi

Informasi merupakan hasil pengolahan data sehingga menjadi bentuk yang penting bagi penerimanya dan mempunyai kegunaan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan yang dapat dirasakan akibatnya secara langsung saat itu juga atau secara tidak langsung pada saat mendatang (Sutana, 2003:10). Persyaratan informasi harus memenuhi unsur dapat dipercaya, relevan, bernilai, dan tepat waktu. Informasi juga dapat dikatakan bentuk yang lebih berguna dan berarti bagi penggunanya. Hak mendapatkan informasi dan berkomunikasi menjadi bagian yang terpisahkan dari hak pribadi yang telah termuat dalam HAM (Hak Asasi manusia) (UUD RI 1945 pasal 28 F).

Akses merupakan cara bagaimana seseorang mendapatkan sesuatu. Dalam kaitannya dengan informasi, akses informasi merupakan cara mendapatkan dan berbagi informasi yang dapat dilakukan dengan berbagai cara menggunakan alat dan bahan bahkan dengan dukungan teknologi yang sedang berkembang. Dukungan teknologi informasi menjadikan proses memperoleh informasi yang diperlukan untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosial menjadi semakin mudah.

---

<sup>6</sup> Twitter.com. About. <https://about.twitter.com/id>.

## Metode Kajian

Kajian konstruksi teknologi jejaring sosial dalam peningkatan akses informasi rumah ibadah menggunakan metode konten analisis. Analisa isi dilakukan dengan analisis mendalam dari sumber-sumber relevan yang kemudian dideskripsikan dan dinarasikan dalam bentuk hasil kajian. Pada kajian ini, wawancara dan observasi lapangan juga dilakukan pada subjek dan objek yang menjadi kajian untuk memperkuat data dan analisis.

## Pembahasan

Situs jejaring sosial mampu membentuk jaringan pertemanan dan diskusi yang sangat kuat. Jejaring sosial menjadi wadah untuk mencari teman dan wadah komunikasi tanpa harus bertatap muka dengan memanfaatkan fasilitas internet. Layanan facebook dan twitter dapat diimplementasikan rumah ibadah untuk meningkatkan akses informasi rumah ibadah khususnya Vihara dan Cetiya.

### 1. Implementasi Facebook dalam Peningkatan Akses Informasi Rumah Ibadah

Pertama sekali, dengan membuat dan memiliki *account* facebook Vihara dan Cetiya dapat mengundang pertemanan dan melakukan promosi *account*. *Account* facebook Vihara dan Cetiya memungkinkan seluruh umat dan bahkan teman-teman yang terhubung dari umat Vihara dan Cetiya lain akan terhubung, dalam hal ini menjadi pertemanan dalam jejaring sosial facebook. Selanjutnya fungsi-fungsi facebook dapat dimanfaatkan sebagai dukungan Vihara dan Cetiya dalam menyebar dan mencari informasi.

#### a) *Update Status dan Comment Wall-to-wall*

Fitur ini merupakan interaksi dua arah, komunikasi terdokumentasi berdasar topik bahasan dan terurut secara waktu (kronologi). Vihara dan Cetiya dapat memanfaatkan fungsi ini sebagai sarana memberikan informasi kegiatan yang akan dilakukan. Informasi kegiatan, pengumuman, dan segala informasi yang diharapkan diterima oleh umat dan masyarakat dapat dikirimkan sebagai status yang dituliskan melalui

*wall account* facebook. Status dapat berupa pesan teks, gambar, audio, video, dan bahkan *link* (alamat situs pada internet). Dengan kemampuan tersebut, tentunya *update* status akan sangat baik dilakukan tanpa harus memiliki biaya transportasi, administrasi serta Alat Tulis Kantor (ATK) dengan biaya besar. *Update* status lokasi juga dapat dilakukan, memungkinkan informasi lokasi keberadaan suatu tempat sehingga mudah dicari dan dikunjungi.

Status berlangsung dua arah, komentar dapat diberikan oleh penerima dan seluruh teman yang terhubung dapat menanggapi melalui fasilitas komentar pada status. Dengan fungsi tersebut memungkinkan terjadinya diskusi, tanya jawab, dan bahkan membentuk percakapan yang panjang mengenai topik status. Vihara dan Cetiya dapat menggunakan status untuk mengirimkan dan *sharing* pesan-pesan keagamaan, *sutta-sutta*, *dhammapada*, informasi kebaktian dan penceramah. Selanjutnya umat dan seluruh teman terhubung dapat menanggapi dan memberikan komentar terkait status yang di *share*. Suasana dan forum diskusi antar teman akan terjadi dan berlangsung dua arah. Diskusi yang mendalam menjadikan pemahaman dan memberikan kontribusi pengetahuan. Informasi menjadi jelas, dan diterima tepat waktu oleh umat. Begitu juga sebaliknya status umat dan teman yang terhubung melalui *account* facebook Vihara dan Cetiya akan dapat terlihat dan menjadi masukan informasi, manajemen, dan kebijakan organisasi keagamaan khususnya Vihara dan Cetiya.

b) *Note dan Docs pada Group*

*Note dan Docs* pada *Group* dapat digunakan untuk menulis catatan dan membuat dokumen. Catatan dapat dilengkapi dengan fasilitas gambar dan juga pengaturan privasi. Menu aplikasi *notes* dapat ditambahkan melalui menu yang berada di bawah *photo cover*, jika belum tersedia dapat ditambahkan dengan melakukan klik *more* lalu pilih *notes*. Fasilitas *notes* dapat digunakan sebagai sarana menuangkan pemikiran, gagasan, informasi, dan berita terbaru.

Rumah ibadah dapat menggunakan *notes* dan *docs* untuk pembabaran dan penyebaran *Dharma*. Menuliskan dan menyebarkan *sutta-sutta* Sang Buddha melalui tulisan dan dokumen yang dapat dikirimkan dan dikomentari oleh seluruh umat. Berita dan informasi Vihara dan Cetiya dapat dituliskan melalui *notes* dan *docs*. Keunggulan *notes* dan *docs* yaitu file dapat terindeks oleh *search engine* (mesin pencari) Google, sehingga memberikan keuntungan tersendiri bagi eksistensi Vihara dan Cetiya tersebut pada dunia internet, yang berujung pada informasi Vihara dan Cetiya yang semakin mudah dicari.

c) *Share link, photo, dan video*

Kemampuan facebook sebagai media sosial semakin meningkat dengan fasilitas *share link, photo, dan video*. Dengan melakukan *sharing* memungkinkan untuk berbagi berita dan informasi menjadi semakin mudah. Foto kegiatan Vihara dan Cetiya akan semakin mudah diterima oleh umat, dokumentasi pada *event* dan kegiatan tertentu akan tersebar dengan mudah. Foto dan video juga dapat dikirimkan khusus pada orang-orang tertentu yang menginginkan. Fasilitas *Share link/ photo/ video* menjadi alat marketing yang dapat dipegang oleh admin Vihara dan Cetiya. Dokumentasi pelaporan pembangunan dalam bentuk foto dan video juga dapat dikirimkan pada donatur pembangunan. Foto dan video lebih menyenangkan dan banyak disukai, dan mampu menyampaikan pesan lebih efektif. Fasilitas *Share link/ photo/ video* menjadi media yang dapat dengan mudah menyampaikan informasi yang akan dikirimkan, Vihara dan Cetiya pada penerima.

d) *Group chatting dan messenger*

Fasilitas *Group chatting* dan *messenger* ada pada facebook versi *desktop* (komputer) dan pada *smartphone (mobile)*. Facebook Messenger adalah aplikasi *chat* mirip Yahoo Messenger atau Skype. Pertemanan, berdiskusi, kirim mengirim pesan akan semakin mudah. *Group chatting* dan *messenger* dapat menggantikan fungsi sms dan telepon. Dengan

menggunakan *smartphone* kirim mengirim pesan akan semakin mudah. Koordinasi dan komunikasi pengurus Vihara dan Cetiya akan semakin mudah. Informasi rapat, *event* tertentu, bakti sosial, sampai pada informasi kebaktian, pemberkatan umat, dan informasi lowongan kerja dari sesama umat Vihara dan Cetiya akan menjadi mudah diberitahukan.

e) Fungsi iklan, *promosi*, fungsi lokasi, dan fungsi *Event*

Untuk mengiklankan informasi bahkan untuk kepentingan pribadi dan organisasi, fungsi iklan dapat digunakan. Fungsi lokasi memberikan informasi keberadaan sebuah tempat ibadah sehingga semakin mudah dicari dan dikunjungi. Internet menjadi dunia tersendiri di dalam dunia nyata, melakukan iklan dan *promosi* serta *share* lokasi banyak memberikan keuntungan tersendiri untuk mendatangkan para pengunjung mengetahui dan berdatangan.

Fasilitas *event* (acara) dapat digunakan sebagai cara mengundang teman-teman untuk menghadiri acara yang akan diselenggarakan, baik itu pernikahan, perayaan hari besar agama seperti Waisak, Maghpuja, Asadha, dan khatina. Fitur *event* dapat mempermudah informasi acara dan kegiatan serta melakukan penghematan biaya yang digunakan untuk biaya transportasi dan pendistribusian undangan.

## 2. Implementasi Twitter dalam Peningkatan Akses Informasi Rumah Ibadah

Twitter membantu membuat dan berbagi ide dan informasi secara cepat tanpa hambatan dengan menggunakan fasilitas internet. Dengan memiliki *account* twitter rumah ibadah khususnya Vihara dan Cetiya akan sangat mudah mendapatkan dan menyebarkan pesan dalam bentuk *tweet*. *Tweet* dapat berisi teks, foto, dan video.

Implementasi akses informasi keluar rumah ibadah dapat dilakukan dengan kekuatan *follower*, dengan mengizinkan pengguna lain untuk mengikuti *account* rumah ibadah dan memungkinkan setiap *tweet* dapat mereka terima. Dengan menjadikan seluruh umat Vihara dan Cetiya menjadi

follower, memungkinkan berbagai informasi yang ingin di *share* oleh Vihara dan Cetiya akan sangat dengan mudah mereka terima dan berada pada halaman *home follower*. Berbagai berita, kegiatan, foto, dan video dapat di *tweet* oleh Vihara dan Cetiya untuk sampai pada umat. Lebih lanjut semakin banyaknya *follower* maka akan semakin mudah informasi diterima oleh masyarakat luas. Informasi kegiatan Vihara dan Cetiya akan dengan mudah dibagikan dan diceritakan peristiwa demi peristiwa kepada seluruh *follower*.

Mendapatkan *tweet* yang menarik, dapat dilakukan dengan menjadi *follower account* lain. Implementasi mendapatkan akses informasi kedalam dapat dilakukan dengan menjadi *follower account* lain dengan *tweet* yang berkualitas. Informasi perayaan hari raya keagamaan, koordinasi rumah ibadah, informasi bakti sosial, sekolah minggu, dan permasalahan umat akan dapat diterima dengan cepat dan mudah. Informasi umum dapat diterima dengan menjadi *follower* sumber-sumber berita, selebritis, menjalin pertemanan dengan *account* Vihara dan Cetiya lain, lembaga-lembaga keagamaan, dan juga dapat dilakukan dengan menjalin petemanan dengan institusi pendidikan keagamaan, tentunya melalui pertemanan dan jejaring sosial twitter.

Percakapan pribadi dengan *follower* lain dapat dilakukan tanpa diketahui teman lainnya melalui *direct message*. *Direct message* juga dapat dikatakan dengan *private message*, jadi meskipun memberikan kemudahan untuk akses informasi keluar dan kedalam rumah ibadah tetapi tingkat privasi dan keamanan tetap terjaga. Untuk setiap *tweet* yang diberikan sesama pertemanan dapat melakukan percakapan dan menanggapi. *Mentions* (dengan tanda @) adalah istilah balasan dari percakapan dan diskusi agar para pengguna dapat langsung menandai sesama teman yang akan di ajak berbicara. *List* adalah pengelompokan *following* pengguna kedalam suatu grup, dapat digunakan untuk menyatukan anggota Vihara dan Cetiya, atau dengan kata lain pengelompokan untuk mempermudah melakukan *tweet* kepada sesama anggota Vihara dan Cetiya hanya pada kelompok yang diinginkan.

Facebook dan twitter memiliki fungsi dengan nama *hashtag*. Fungsi *hashtag* pada facebook dan juga twitter adalah untuk memudahkan penggunanya mengikuti dan melihat topik tertentu yang diinginkannya. Ketika *hashtag* disertakan pada sebuah kata dalam sebuah postingan (berupa status, artikel, video, gambar, teks, *notes*, dan *event*) maka dengan mengklik kata yang diberi *hashtag* tersebut akan menampilkan postingan pengguna lain yang menggunakan *hashtag* yang sama. Fungsi ini dapat digunakan untuk mencari dan pengelompokan konten (isi) yang diinginkan. Dalam memberikan informasi *event*, *account* rumah ibadah dapat menyertakan *hashtag* pada *event* tersebut agar semua *update* tentang *event* yang dibuat akan terorganisir dan terkelompok dengan baik. Sehingga mereka yang mengikuti *event* yang dibuat dapat mengetahui perkembangan sebuah *event*. Bagi mereka yang tidak mengikuti *event* tersebut namun tertarik mengikuti perkembangannya, mereka dapat mengetikkan *hashtag* tentang *event* untuk mengetahui *update* terbaru tentang *event*.

Fitur *hashtag* dan *mentions* untuk membuat konten atau *update* status lebih kaya informasi dan bermanfaat. Kemudian *mentions* dapat dilakukan pada profile atau sebuah *page* (halaman) dengan mengetikkan @ didepan nama profile atau *page* teman yang akan di *mention*. Dengan demikian obrolan akan menjadi lebih bertema, menarik, dan bermanfaat.

## Simpulan

Teknologi jejaring sosial seperti facebook dan twitter serta segala fasilitas yang dimiliki dapat digunakan untuk mempermudah akses informasi keluar dan kedalam rumah ibadah. Vihara dan Cetiya dapat menggunakan berbagai fasilitas yang ada pada facebook dan twitter untuk mengatasi permasalahan akses informasi. Status, komentar, *notes*, *docs*, *share*, *chatting*, iklan, promosi, lokasi, *event*, *messenger*, *follower*, *following*, *mentions*, dan *hashtag* dapat digunakan untuk melakukan sharing informasi dan mendapatkan informasi bagi Vihara dan Cetiya sehingga bermanfaat terhadap perkembangan dan kemajuan rumah ibadah keagamaan khususnya Vihara dan Cetiya.

Diharapkan kemajuan dan perkembangan teknologi khususnya jejaring sosial tidak digunakan hanya sebagai alat eksistensi, melainkan digunakan untuk membawa perkembangan, keuntungan, dan menjadi alat pendukung akses informasi yang berguna bagi pengambilan keputusan, kebijakan, manajemen, dan dukungan penuh terhadap operasional rumah ibadah.

#### Daftar Pustaka

Firmansyah, Aditya. 2010. Situs Jejaring Sosial Menggunakan Elgg. Makalah tidak diterbitkan. Sekolah Teknik Elektro dan Informatika. ITB. Bandung.

Kementerian komunikasi dan informatika Republik Indonesia. Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta orang.  
[http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita\\_satker#.U6U4ULEYtK0](http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker#.U6U4ULEYtK0) (diakses 12 Maret 2014).

Mann, B. L. 2008: *Social Networking Website - A Concatenation of Impersonation, Denigration, Sexual Aggressive, Solicitation, Cyber- Bullying or Happy Slapping Videos. International Journal of Law and Technology Information , Volume 17 (3), 252-267. Oxford University Press*

Selamatta Sembiring . 2013. Pengguna Internet di indonesia mencapai 63 Juta.  
[http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita\\_satker#.U6U4ULEYtK0](http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker#.U6U4ULEYtK0) (diakses 12 Maret 2014).

www. Twitter.com. 2014. <https://about.twitter.com/id> (diakses 11 Mei 2014).

www.facebook.com. 2014. <https://www.facebook.com/facebook/info> (diakses 27 Mei 2014).