

Media Sosial Dan Perempuan

(Analisis Wacana terhadap *Facebook*
Sebagai Media Komunikasi Terkini Bagi Perempuan)

Selfi Budi Helpiastuti
FISIP Universitas Jember
e-mail: selfibudihelpiastuti@gmail.com

Abstrak

Media sosial yang telah menjadi media komunikasi terkini sangat mempengaruhi kehidupan manusia terutama perempuan. Dari hasil survei dapat diketahui bahwa pengguna media sosial yang paling dominan adalah kaum perempuan. Hal ini disebabkan kaum perempuan sebagai makhluk yang gemar bersosialisasi, salah satunya dengan berbagi informasi untuk berkomunikasi melalui media sosial. Facebook menjadi media sosial yang paling disukai pengguna dalam aktivitas sosialnya. Ada beberapa alasan mengapa facebook banyak digunakan saat ini. Alasan pertama yang paling mendasari penggunaan facebook tersebut adalah untuk menjalin hubungan dengan keluarga ataupun teman baik yang baru ataupun yang sudah lama. Alasan lainnya adalah untuk dapat berhubungan dengan teman yang sudah lama hilang kontak, berhubungan dengan orang-orang yang mempunyai hobi yang sama, menjalin hubungan dengan teman baru, membaca komentar dan yang terakhir alasannya adalah untuk mencari hubungan romantis atau pasangan hidup. Hal ini tentu saja disebabkan dari karakteristik media sosial tersebut yaitu partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas dan keterhubungan memberikan peluang kepada perempuan untuk dapat menyalurkan aspirasi, perasaan maupun idenya kepada teman-temannya, kolega maupun saudaranya. Perempuan lebih menyukai untuk memiliki profil pribadi di facebook. Sehubungan dengan identitas diri, ternyata perempuan yang menggunakan media sosial dalam meningkatkan keberaniannya menampilkan identitas diri. Hal ini terlihat dari masih ditemukannya perempuan yang nyaman dengan mengidentifikasi dirinya terkait identitas terberi. Walau tak dipungkiri, memang telah ditemukan pula perempuan yang berani menunjukkan prestasi dan kompetensinya sebagai pembentuk utama identitasnya. Secara Keseluruhan menunjukkan bahwa tampilan identitas perempuan dalam media sosial (dalam hal ini facebook) begitu kompleks. Keberadaan media sosial ini juga menuntut kaum perempuan untuk dapat lebih bijak dalam penggunaannya agar mendapatkan manfaat yang maksimal.

Kata kunci: Media Sosial, Perempuan

PENDAHULUAN

Dalam dua dekade terakhir, ilmu dan teknologi telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Kemajuan yang paling banyak dirasakan menyentuh kehidupan masyarakat saat ini salah satunya adalah kemajuan dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi. Saat ini seluruh orang di dunia dapat berkomunikasi dengan mudah dengan kerabat atau siapapun di belahan dunia lainnya. Mereka juga bisa mendapat berbagai informasi yang mudah dan cepat (Mulyawan, 2010)

Perkembangan IPTEK yang begitu pesat, membawa perubahan gaya hidup dalam membina hubungan akrab dengan orang lain. Cara berkomunikasi yang paling sering mereka gunakan adalah dengan menggunakan jejaring sosial. Jejaring sosial sebagai salah satu sarana berkomunikasi dalam bentuk maya, berhubungan atau menjalin komunikasi secara verbal melalui seperangkat komputer atau sejenisnya yang dihubungkan melalui suatu jaringan Telekomunikasi. Salah satunya ialah *facebook* yang menempati peringkat pertama. Mayoritas Pengguna Internet adalah kaum perempuan (<http://Alexa.com/> 30 April 2010)..

Lebih dari setengah pengguna internet di Indonesia berjenis kelamin perempuan. Secara keseluruhan jumlahnya mencapai 51% atau lebih dari setengah jumlah yang ada. Bahkan di DKI Jakarta 73% pengguna internet didominasi oleh kaum perempuan, sehingga pengguna laki-lakinya hanya 23%. (Hasil Survei PUSKAKOM UI DAN APJII, 14 April 2015, diakses 1 September 2016).

Perkembangan teknologi internet yang sangat pesat pada zaman ini telah memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap perubahan masyarakat atau penggunanya. Keberadaan internet ini juga telah mempengaruhi kehidupan kaum perempuan, dimana ternyata perempuan sangatlah aktif dalam menggunakan internet ini dalam kehidupan sehari-hari dengan menggunakan media sosial. Hal ini juga terjadi di Indonesia dimana menurut Betty Alisjahbana (dalam Lubis, 2014) seorang pakar Teknologi

Komunikasi dan Informatika, perempuan Indonesia pengguna internet itu di atas pertumbuhan (pengguna internet) umum, bisa di atas 10 persen. Perempuan pengguna internet paling banyak berasal dari kalangan profesional dan diikuti ibu rumah tangga yang memanfaatkan internet dan teknologi informasi untuk membantu produktivitas mereka. Perempuan pengguna internet di Indonesia didominasi penduduk kota besar meskipun sebaran penggunaannya sudah meluas karena teknologi informasi memungkinkan para perempuan melakukan pekerjaan di mana pun. Hal ini diungkapkan oleh Betty Alishahbana pada acara Kartini Next Generation Award 2013 di Jakarta, yang merupakan penghargaan untuk perempuan Indonesia yang memanfaatkan teknologi komunikasi dan informatika untuk memberdayakan diri dan berdampak bagi lingkungan mereka. Data sebuah hasil penelitian yang dilakukan *Pew Research Centre*, sebuah organisasi yang konsisten melakukan penelitian tentang internet, teknologi dan sains menunjukkan bahwa ternyata perempuan mendominasi dalam penggunaan media sosial yaitu 76% sementara itu laki-laki sebanyak 72%. Kemajuan teknologi komunikasi dapat membantu manusia untuk berinteraksi satu sama lain tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Berbicara mengenai dampak internet terhadap kehidupan pribadi seseorang. Hal ini dapat dihubungkan dengan keberadaan jejaring sosial atau media sosial seperti *twitter*, *facebook*, *myspace* dan *friendster*. Melalui media sosial ini penggunaannya dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan sahabat, keluarga, kolega bahkan orang asing sekalipun. Menurut Devito (2011) sifat komunikasi terbagi dalam 2 jenis, yaitu komunikasi secara langsung dan tidak langsung, komunikasi langsung merupakan komunikasi yang dilakukan dengan saling bertatap muka dalam suatu aktivitas komunikasi tanpa menggunakan perantara media, sedangkan komunikasi secara tidak langsung merupakan komunikasi yang dilakukan dengan tidak bertemu secara langsung dalam suatu aktivitas komunikasi, komunikasi dilakukan dengan menggunakan perantara media seperti email, handphone, jejaring sosial (media sosial), dan yahoo messenger.

Media sosial adalah satu bentuk komunikasi melalui komputer (*computer-mediated communication*). Jejaring sosial, seperti facebook, adalah bentuk media sosial yang sangat populer pada saat ini. Jejaring sosial melalui internet ini dapat membuat individu untuk: 1). Membentuk profil dari sebuah publik atau semi-publik di dalam sebuah sistem yang terbatas, 2). Mengetahui daftar dari pengguna-pengguna yang lain dengan siapa individu akan berbagai sebuah hubungan, dan (3) melihat dan melewati daftar koneksi dan dibuat oleh orang lain yang ada dalam sistem (Boyd & Ellison, dalam McIntyre, 2014). Pengguna media sosial juga dapat membaca dan memerikan reaksi terhadap ‘posting’ yang dibuat oleh pengguna yang lain, serta mengirim dan menerima pesan secara pribadi maupun diterima oleh publik. Individu dapat memilih untuk mengirim pesan secara pribadi, menulis pada dinding (*wall*) pengguna yang lain, mengatur aktivitas sosial dan tetap mendapatkan informasi tentang aktivitas sehari-hari pengguna yang lain. Walaupun demikian pengguna dapat membatasi dirinya untuk memberikan informasi tentang dirinya kepada publik yang lain. Beberapa bentuk informasi yang dapat dipilih untuk dibagikan kepada publik tersebut seperti: gambar, buku yang disukai, film, hari ulang tahun, status hubungan dan lokasi (Tufekci, dalam Sponcil & Gitimu, 2013). Dapat dikatakan pula bahwa media sosial adalah sebuah lingkungan di mana halangan untuk publikasi tidak ada lagi, membuat semua orang dengan sebuah koneksi internet dapat menjadi seorang *publisher* dan menjadi sumber informasi yang terpercaya (Barger, 2012).

Keberadaan media sosial juga dimaknai beragam oleh penggunaannya. Dari sebuah hasil penelitian yang dilakukan Maryani dan Arifin (2012) dapat diketahui bahwa ada keberagaman makna tentang keberadaan media sosial ini, yaitu: a) media sosial dapat menjadi sarana untuk eksistensi diri, menampung pemikiran, melepaskan pikiran, hiburan atau kepuasan, dan membangun jejaring sosial, b) Selain itu media sosial juga menjadi sarana yang sangat efektif untuk berbagi (*sharing*), publikasi karya, membentuk komunitas, dan sarana edukasi pemikiran alternatif (kritis), c) Terkait

kebebasan, media sosial dimaknai lebih memberikan kebebasan dan melepaskan nara sumber dari ikatan nilai atau norma budaya, d) dialogis dan mempertajam pemikiran atau terbiasa menerima kritik, itu dapat terjadi karena media sosial dimaknai sebagai tempat berdebat, berargumen, memermalukan atau mendapatkan respon atau apresiasi dari pengguna lain.

Kaum perempuan adalah makhluk yang gemar bersosialisasi. Salah satunya dengan berbagi informasi sesama perempuan maupun lawan jenis. Hal ini sangat erat hubungannya dengan menyalurkan isi hati maupun emosi yang dirasakan pada saat yang sama. Apalagi yang diajak *sharing* adalah mereka yang memiliki kesamaan dalam beberapa hal sehingga membuat perempuan pada umumnya menjadi merasa nyaman. Salah satunya adalah mengeluarkan *energy negative* yang ditimbulkan oleh pemendam masalah terlebih jika masalah tersebut dirasa sangat berat oleh yang bersangkutan.

Salah satu jalan untuk dapat menyalurkan isi hati adalah melalui kecanggihan teknologi. Perempuan saat ini sangat gemar dengan membuka akun-akun sosial (media sosial) yang marak beredar. Salah satu tujuan diantaranya adalah untuk ekspresi diri atau menyalurkan isi hati. Namun jika berlebihan tetap akan membuat perempuan yang bersangkutan menjadi bermasalah dengan beberapa pihak. Terutama orang-orang terdekat yang sebelumnya telah menjalin hubungan baik.

Tulisan ini bertujuan untuk mengupas bagaimanakah keberadaan Media *Facebook* Sebagai Pilihan Komunikasi Terkini Bagi Perempuan. Hal inilah yang ingin diungkapkan dalam tulisan ini dengan *me-review* berbagai sumber data maupun literatur.

PEMBAHASAN

Keberadaan Media Sosial

Pesatnya perkembangan teknologi dan keahlian serta pengetahuan dari pengguna media sosial menyebabkan semakin cepatnya perubahan konsep tentang media sosial yang terus berlanjut, seperti munculnya website baru dan *content* (isi) media *online* setiap hari. Menurut Jacka dan Scott

(2011), tidak ada hanya satu definisi yang dapat menjelaskan tentang media sosial. Seperti diketahui banyak orang bahwa jaringan sosial, facebook dan twitter, adalah bentuk dari media sosial yang populer di kalangan penggunanya dari segala ras, umur dan gender, dan memiliki ratusan jutaan penggunanya. Media sosial juga telah menjadi satu topik yang sangat populer diantara para akademisi yang mendalami beberapa bidang keilmuan seperti komunikasi, psikologi, sosiologi dan bisnis. Menjadi sangat penting keberadaan literatur tentang media sosial. Cukup banyak literatur yang telah diterbitkan dalam beberapa tahun belakangan ini yang mana lebih fokus pada proses-proses sosial dari media sosial dan efeknya di dalam dunia pemasaran, politik, kesehatan, komunikasi dan pendidikan

Pengertian dari media sosial menurut Jacka dan Scott (2011) adalah satu set teknologi yang berbasis *web broadcast* dimana memungkinkan demokratisasi atas isi, memberikan kesempatan kepada pengguna yang muncul sebagai konsumen dari isi menjadi *publisher*. Berdasarkan Kamus Oxford (2011) media sosial didefinisikan sebagai website dan aplikasi yang digunakan untuk jaringan sosial. Sementara itu, jaringan sosial didefinisikan sebagai penggunaan dari website dan aplikasi-aplikasi untuk berkomunikasi dengan pengguna lain, atau mencari orang yang memiliki kepentingan yang sama.

Perempuan dan Media Sosial

Media sosial saat ini menjadi kekuatan baru dalam berkomunikasi. Bahkan, sudah menjadi kekuatan penting bagi perempuan perkotaan yang sibuk bekerja sekaligus mengurus rumah tangga untuk tetap melakukan komunikasi dengan pasangan. Intensitas bertemu kurang tetapi jarak tetap bisa didekatkan dengan menggunakan media ini demi keberlangsungan hidup. Meski bukan satu-satunya media yang dapat mengatasi krisis komunikasi namun tidak dapat dipungkiri bahwa banyak yang menggemari.

Media sosial adalah konten *online* yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur. Paling penting dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang,

membaca dan berbagi berita, serta mencari informasi dan konten. Ada ratusan saluran media sosial yang beroperasi di seluruh dunia saat ini, dengan tiga besar *facebook*, *LinkkedIn* dan *twitter* (Dailey,2009:3).

Mayfield (2008:5) mendefinisikan media sosial sebagai pemahaman terbaik dari kelompok jenis baru media *online*, yang mencakup karakter-karakter berikut ini: 1. *Partisipasi*: media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik. Hal ini mengaburkan batasan antara media dan khalayak. 2. *Keterbukaan*: layanan media sosial terbuka untuk umpan balik dan partisipasi, serta mendorong untuk memilih, berkomentar dan berbagi informasi. Jarang ada hambatan untuk mengakses dan menggunakan konten, sebab konten yang dilindungi sandi tidak disukai 3. *Percakapan*: saat media tradisional masih mendistribusikan konten ke khalayak, media sosial dikenal lebih baik dalam komunikasi dua arah. 4. *Komunitas*: media sosial dapat membentuk komunitas dengan cepat. 5. *Konektivitas*: kebanyakan media sosial berkembang pada keterhubungan ke situs-situs lain, sumber-sumber lain dan orang-orang lain.

Saat ini ada tujuh jenis media sosial, namun inovasi dan perubahan terus terjadi. Salah satu diantara media sosial yang ada saat ini adalah: Jejaring sosial, situs ini memungkinkan orang untuk membuat halaman web pribadi dan terhubung dengan teman-temannya untuk berbagi konten dan komunikasi. Jejaring sosial terbesar adalah *facebook*, *MySpace* dan *Bebo* (Mayfield, 2008:6).

Keberadaan media sosial pada saat ini sangatlah memberikan pengaruh yang kuat terhadap perubahan di dalam masyarakat dan sosial. Pada saat ini media sosial telah membuat ide tentang sebuah 'global village' yang diungkapkan McLuhan tahun 1960-an menjadi lebih nyata. Dimana dalam era ini manusia telah saling terhubung melalui teknologi komunikasi internet dengan media sosial yang merupakan bagiannya. Ide dari Mc Luhan tersebut juga senada dengan sebuah istilah yang diungkapkan Friedman yaitu 'flat world' di awal abad 21, dimana orang-orang akan saling terhubung melalui komputer dan semakin cepatnya transfer informasi

melalui kabel optik. Hal ini dapat dikatakan sebagai revolusi modern dimana hampir dapat menghilangkan batasan antara waktu dan ruang (Toivo, 2012).

Facebook Sebagai Media Komunikasi Terkini Bagi Perempuan

Facebook, salah satu situs jaringan sosial yang paling terkenal di dunia. Situs jaringan sosial *online* yang ditemukan oleh Mark Zuckerberg ini mulai terbentuk sejak Februari 2004. Pada awalnya khusus diperuntukkan bagi mahasiswa Universitas Harvard, namun kini sudah dapat digunakan oleh semua orang dan mengalami perkembangan pesat. Berdasarkan data yang dilansir dari www.compete.com pada Januari 2009, *Facebook* mendapat peringkat pertama sebagai situs jaringan sosial yang paling banyak digunakan di dunia setiap bulan oleh para pengguna aktifnya.

Perkembangan *Facebook* yang sangat pesat tersebut juga melanda masyarakat Indonesia. “Indonesia saat ini telah menjadi *“the Republic of the Facebook”*. Itulah *headlines* yang ditulis oleh Budi Putra mantan editor Harian Tempo yang dirilis oleh CNET Asia portal IT terkemuka di Asia pada awal bulan Januari 2009 lalu (<http://www.Linkedin.com>; 2016). Ungkapan ini terinspirasi oleh perkembangan penggunaan *Facebook* oleh masyarakat Indonesia yang mencapai pertumbuhan 645% pada tahun 2008. “Prestasi” ini menjadikan Indonesia sebagai *“The fastest growing country on Facebook in Southeast Asia”*. Bahkan, angka ini mengalahkan pertumbuhan pengguna *Facebook* di China dan India yang merupakan peringkat teratas populasi penduduk di dunia (<http://checkfacebook.com>).

Diketahui bahwa media sosial telah didominasi oleh perempuan dengan jumlah 76%. Data lain yang tak kalah pentingnya adalah diketahui bahwa *facebook* menjadi media sosial yang paling disukai oleh pengguna media sosial lebih banyak menggunakan *facebook* dalam aktivitas sosialnya (71%) (www.pewinternet.org). Selanjutnya diketahui juga bahwa sebanyak 56% perempuan mengakses *facebook*. Hal ini menunjukkan dominasi perempuan di media sosial dibandingkan dengan pria yang hanya berjumlah 49,5% saja. dan sebanyak 41 persen perempuan pengguna media sosial

mengaksesnya melalui telepon seluler. Perempuan juga menggunakan waktunya sebanyak 30% untuk berkomunikasi melalui media sosial, sementara itu pria hanya menggunakan 26% waktunya untuk berinteraksi di media sosial (Lubis, 2014).

Perempuan lebih menyukai untuk memiliki profil pribadi di facebook dibandingkan pria yang lebih menyukai LinkedIn. Selanjutnya, perempuan melakukan empat sampai lima kali lebih banyak waktu untuk menggunakan media sosial dibandingkan dengan pria. Selain itu juga, Sheldon (2008) menemukan bahwa perempuan lebih menyukai media sosial untuk menjalin hubungan dengan keluarga dan teman-teman, melewatkan waktu, hiburan, akan tetapi pria lebih menyukai menggunakan media sosial untuk bertemu dengan orang baru. Perempuan yang kuliah juga lebih menyukai menggunakan internet untuk berkomunikasi dan menjalin hubungan, seperti menghubungi teman-teman, keluarga, dan pasangannya (Baym, Zhang, Kunkel, Ledbetter, & Mei-Chen, dalam Mahmud & Omar, 2013).

Secara Keseluruhan menunjukkan bahwa tampilan identitas perempuan dalam media sosial (dalam hal ini *facebook*) begitu kompleks. Motif penggunaan *facebook* adalah untuk menjaga hubungan, meluangkan waktu, bergabung dengan komunitas virtual, menghibur, merasa baik, mencari teman (Sheldon, 2008), mengungkapkan diri dan menemukan informasi (Ishii, 2008)

Untuk menghindari insiden ‘kepleset’ di media sosial (*facebook*), Enda Nasution dan sosiolog Roby Muhamad, memberi tip: 1. Media Sosial (medsos) bukan ruang pribadi, karena itu, sebaiknya tidak menjadikan medsos seenaknya, atau sebagai *outlet* kekesalan, kemarahan, dan lainnya. 2. Jika ingin kebebasan dalam arti sesungguhnya, harus dilakukan secara sadar. Caranya: lakukan *lock setting* pada status medsos dan kalau perlu menggunakan *nickname*. 3. Jangan tulis sesuatu yang tidak akan kita ucapkan kalau kita bertemu dengan orangnya secara langsung. “Gunakan *common sense* seperti halnya berinteraksi sosial di dunia nyata,” jelas Roby.

4. Hargai hak individu. “Kalau tidak suka, tinggal *unconfirm*. Sah-sah saja jika terkadang orang bisa jago ngomongin politik, terkadang ingin sekadar komentar sedang main dengan anak. 5. Bagi *public figure*, tentu dia harus lebih berhati-hati. Orang sudah punya ekspektasi tertentu, karena itu dalam berucap, bertindak, ia diharapkan sesuai dengan ekspektasi itu. 6. Dalam keadaan marah, emosi memuncak, sebaiknya jangan berkomentar. Tunggu sampai kepala dingin. 7. Dalam menanggapi komentar, sebaiknya fokus pada masalah, jangan menyerang orangnya. 8. Jangan takut untuk meralat atau minta maaf, jika Anda memang salah.

(<http://www.femina.co.id/>)

KESIMPULAN

Keberadaan media sosial sangatlah memberikan dampak yang cukup besar bagi perempuan. Melalui media sosial perempuan dapat lebih leluasa mengekspresikan dirinya dan berpartisipasi lebih aktif. Hal ini tentu saja berkaitan dengan karakteristik dari media sosial itu sendiri, yaitu partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas dan keterhubungan yang memberikan peluang kepada perempuan lebih aktif menggunakan media sosial tersebut. Keberadaan media sosial ini juga menuntut kaum perempuan untuk dapat lebih bijak dalam penggunaannya agar mendapatkan manfaat yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Barger, Christopher, 2012, *The Social Media Strategies: Built a Successful Program The Inside Out*, McGraw-Hill.
- Dailey, Patrick R. 2009. "Social Media: Finding Its Way into Your Business Strategy and Culture. Burlington, Linkage".
- Devito, Joseph A, 2011, *Komunikasi AntarManusia*, Kharisma Publishing Group.
- Ishii, K. 2008. Uses and Gratifications of Online Communities in Japan. Diakses pada 6 Mac 2010 dari www.obs.obercom.pt/index.php/obs/article/download/176/179.
- Jacka, J.Mike, Peter R. Scott, 2011, *Auditing Social Media; A Governance and Risk Guide*. The Institute of Internal Auditors, Research Foundation
- Lubis, Evawani Elyaa, 2014. Potret Media Sosial dan Perempuan. *Jurnal Paralela*. 1(2). Universitas Riau. Pekanbaru.

- Mahmud, M. Z., & Omar, B. (2013). Motif dan kekerapan penggunaan *Facebook* dalam kalangan pelajar universiti. *Malaysian Journal of Communication*, 29 (1).
- Maryani, Eni dan Arifin, Hadi Suprpto. 2012. *Konstruksi Identitas Melalui Media Sosial*, *Journal of Communication Studies*, Vol. 1 No. 1, Jurnal fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran.
- Mayfield, Antony. 2008. "What is Social Media?" UK, iCrossing. Dokumen <http://www.icrossing.co.uk>.
- McIntyre, Karen, 2014. *The Evolution of Social Media from 1969 to 2013: A Change in Competition and a Trend Toward Complementary, Niche Sites*, *The Journal of Social Media in Society* 3(2).
- Mulyawan, I Wayan. 2010. *Hipersemiotika Periklanan (Analisis Praktis)*. Bali: Udayana University Press.
- Puskakom UI & APJII, 2015. Hasil Survey Penggunaan Internet di Indonesia.
- Sheldon, P. (2008). *Students Favorite: Facebook and Motives for its Use*. Southern Mass Communication Journal Spring.
- Sponcil, Megan & Priscilla Gitimu, 2014, *Use of social media by college students: Relationship to communication and selfconcept*, *Journal of Technology Research*.
- Toivo, Suomen -Think Tank, 2012, *Social Media - The New Power Of Political Influence*, Central For European Studies
- Sumber lain:
 (<http://www.alex.com/> diakses sept 2016)
 (<http://checkfacebook.com/> diakses sept 2016)
 (<http://www.femina.co.id/> Hati-hati keleset di Med.Sos/diakses sept 2016)
 (<http://www.linkedin.com/> diakses 2016)
 (<http://www.pewinternet.org/> social networking fact sheet/ diakses sept 2016)