

ANALISIS AKTIFITAS USER FACEBOOK DENGAN TOOLS SOCIOGRAPH.IO STUDI KASUS GRUP FACEBOOK “ALUMNI MTs MUDASPA

Faisal Jaelani¹⁾, Acep Irham Gufroni²⁾, Andi Nur Rachman³⁾

^{1,2,3}Jurusan Teknik Informatika Universitas Siliwangi
e-mail: faisal06j@gmail.com¹, acep@unsil.ac.id², andy.mbew@gmail.com³

Abstrak

Facebook merupakan salah satu media sosial yang memiliki fitur “group”. Fitur ini banyak memiliki manfaat salah satunya bisa digunakan sebagai media komunikasi untuk mengumpulkan para anggota yang memiliki hobi yang sama, atau mengumpulkan anggota alumni dari sekolah/perguruan tinggi. MTs Muhammadiyah Singaparna merupakan salah satu sekolah yang memanfaatkan fitur grup yang ada di *facebook* untuk menghimpun seluruh alumni nya agar tetap terjalin komunikasi yang baik meskipun mereka sudah menjadi alumni dan terpisah jauh dengan sekolahnya yang dulu. Untuk mengetahui aktifitas user facebook dari grup alumni mudaspa ini maka harus dilakukan analisis dengan menggunakan tools sociograph.io dan penyebaran kuesioner OCAI. Analisis ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sebuah informasi terhadap aktivitas user grup facebook Alumni MTs Muhammadiyah Singaparna dan mengetahui seberapa besar manfaat dari adanya grup facebook Alumni MTs Muhammadiyah Singaparna. Hasil dari penelitian ini adalah kunjungan user atau anggota grup Alumni Mts Muhammadiyah Singaparna sangatlah minim, hal ini menyebabkan aktivitas yang dilakukan pada grup tersebut menjadi rendah dan tidak variatif. Ada pun untuk budaya organisasi yang ada pada grup tersebut pada saat ini mengarah pada tipe budaya Hierarchy dan budaya yang diharapkan 5 tahun kedepan adalah budaya *clan*.

Kata Kunci : *Facebook, Grup, OCAI, Sociograph, User.*

Abstract

Facebook is one of the social media that features "group". This feature has many benefits one of which can be used as a medium of communication to gather members who have the same hobby, or collect alumni members from school / college. MTs Muhammadiyah Singaparna is one of the schools that utilize the group features on facebook to gather all of its alumni to stay in good communication even though they have become alumni and far apart from their previous school. To know the activity of facebook user from this mudaspa alumni group then it must be analyzed by using sociograph.io tools and spreading of OCAI questionnaire. This analysis is aimed to find out how big influence an information to activity of facebook user group Alumni MTs Muhammadiyah Singaparna and know how big benefit from existence of facebook group Alumni MTs Muhammadiyah Singaparna. The result of this research is visit of user or member of Alumni group Mts Muhammadiyah Singaparna is very minimal, this cause activity activity done at group become low and not variatif. Anything for the existing organizational culture of the group at this point leads to the type of Hierarchy culture and the culture that is expected for the next 5 years is the clan culture.

Keywords: *Facebook, Group, OCAI, Sociograph, User.*

I. PENDAHULUAN

Grup atau kelompok sosial adalah kumpulan manusia yang memiliki kesadaran bersama akan keanggotaan dan saling berinteraksi satu sama lain. Saat ini, interaksi antar anggota dalam suatu grup tidak harus bertatap muka untuk saling berdiskusi. Banyak media yang bisa menjadi alternatif ketika ingin diskusi dalam sebuah grup contohnya penggunaan media sosial Facebook.

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada bulan Februari 2004, dan

berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat. Pada September 2012, Facebook memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif, lebih dari separuhnya menggunakan telepon genggam. Pengguna harus mendaftar sebelum dapat menggunakan situs ini. Setelah itu, pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman, dan bertukar pesan, termasuk pemberitahuan otomatis ketika mereka memperbarui profilnya. Selain itu, pengguna dapat bergabung dengan grup pengguna dengan ketertarikan yang sama, diurutkan berdasarkan tempat kerja, sekolah

atau perguruan tinggi, atau ciri khas lainnya, dan mengelompokkan teman-teman mereka ke dalam daftar seperti "Rekan Kerja" atau "Teman Dekat".

Grup Facebook adalah sebuah layanan berupa grup yang bisa digunakan oleh banyak user untuk saling berinteraksi secara khusus yang disatukan oleh kesadaran atau kesukaan atau pun latar belakang yang sama. Latar belakang ini bisa berupa alumni satu sekolah atau institusi, memiliki hobi yang sama, memiliki tujuan ekonomi yang sama dan lain-lain.

MTs Muhammadiyah Singaparna merupakan sebuah institusi pendidikan yang setiap tahunnya menghasilkan alumni-alumni yang siap masuk ke jenjang SMA. Semakin banyaknya alumni tiap tahunnya maka dibentuklah suatu wadah yang bisa menjembatani antara pihak sekolah dengan para alumninya dengan membentuk sebuah grup Alumni MTs Muhammadiyah Singaparna.

Grup Alumni MTs Muhammadiyah Singaparna telah berdiri sejak tahun 2011. Grup Facebook tersebut digunakan sebagai salah satu media komunikasi dan penyebaran informasi antara pihak sekolah dengan para alumni. Aktifitas utama dalam grup Alumni MTs Muhammadiyah Singaparna didominasi oleh informasi mengenai lowongan pekerjaan, informasi beasiswa, dan informasi mengenai reuni.

Permasalahan yang muncul dalam grup Alumni MTs Muhammadiyah Singaparna ialah Analisis Aktifitas User Facebook dengan *Tools Sociograph.io* Studi Kasus Grup Facebook Alumni MTs Mudaspa.

Tujuan Penelitian ini adalah :

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibahas sebelumnya, penelitian ini bertujuan:

- a. Mengetahui seberapa besar pengaruh sebuah informasi terhadap aktivitas user grup facebook Alumni MTs Muhammadiyah Singaparna.
- b. Mengetahui seberapa besar manfaat dari adanya grup facebook Alumni MTs Muhammadiyah Singaparna.

Batasan masalah

Agar tetap terarah dan tidak menyimpang dari apa yang sudah di rencanakan sebelumnya, diperlukan batasan-batasan sebagai berikut:

- a. Pengumpulan data menggunakan tools Sociograph.io

- b. Penelitian ini memberikan deskripsi dari data yang telah di ambil oleh aplikasi tools Sociograph.io
- c. Data yang dihasilkan berupa grafik-grafik yang disajikan dalam bentuk gambar.
- d. Penelitian dilakukan dari 1 April – 30April 2017.
- e. Tidak membahas bagaimana data tersebut diambil secara teknis.

II. BAHAN DAN METODE

a. Facebook

Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama teman sesama mahasiswa Universitas Harvard, Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz, dan Chris Hughes. Keanggotaan situs web ini awalnya terbatas untuk mahasiswa Harvard saja, kemudian diperluas ke perguruan lain di Boston, Ivy League, dan Universitas Stanford. Situs ini secara perlahan membuka diri kepada mahasiswa di universitas lain sebelum dibuka untuk siswa sekolah menengah atas, dan akhirnya untuk setiap orang yang berusia minimal 13 tahun. Meski begitu, menurut survei Consumer Reports bulan Mei 2011, ada 7,5 juta anak di bawah usia 13 tahun yang memiliki akun Facebook dan 5 juta lainnya di bawah 10 tahun, sehingga melanggar persyaratan layanan situs ini.

Jumlah pengguna Facebook atau yang dikenal dengan sebutan facebooker di dunia dari Desember 2009 hingga Januari 2010, naik dari angka 337 juta ke 350 juta pengguna aktif. Dari jumlah tersebut menurut Global Monitor, jumlah pertumbuhan pengguna Facebook di Indonesia menempati urutan ke-2 tertinggi di dunia, setelah Amerika. Jumlah pengguna Facebook di Indonesia pada bulan Desember 2009 mengalami kenaikan hingga 1.431.160 pengguna.

Ada beragam aktivitas atau kegiatan yang dapat dilakukan pada sosial media Facebook, diantaranya update status atau perasaan maupun pemikiran, update foto, update video, like atau menyukai, komentar atau mengomentari kiriman orang lain berbagi link.

Facebook memiliki sejumlah fitur interaksi antar sesama pengguna antara lain:

1. Update Status/Status terbaru, yang menampilkan kondisi/ide terkini pengguna

2. Message/Pesan, tempat di mana para pengguna bisa
3. saling berkirim pesan pribadi
4. Photo/Foto, ruang untuk memasang foto
5. Video/Video, ruanguntukmemasang video
6. Friend/Teman, pengguna dapat menambah teman
7. Game/permainan, banyak jenis permainan yang dapatdimainkan di facebook
8. Note/catatan, pengguna bisa mengimpor tulisannya di blog lain (Xanga, Livejournal, Blogger, dll) untuk ditampilkan di Facebook
9. Wall/dinding, ruang tempat sesama pengguna mengirimkan pesan-pesan terbuka
10. Poke/Colek, sarana untuk saling mencolek secara virtual
11. Fanpage, sebuah halaman khusus layaknya blog yang menyediakan informasi yang bergam sesuai dengan keinginan pemiliknya, mulai dari perusahaan, pendidikan, layanan publik, produk fisik, artis, komunitas dan masihbanyak lagi.
12. Marketplace yang mengizinkan pengguna untuk beriklan secara gratis.
13. Group/Grup, sebuah wadah komunitas, dimana setiap anggota yang bergabung dalam grup tersebut memiliki interest atau ketertarikan terhadap topik yang ada di grup tersebut.

b. Sociograph.io

Sociograph.io adalah sebuah perusahaan analytics media sosial yang menyediakan jasa manajemen sosial media dan analisis data yang mendalam untuk bisnis dan masyarakat.

c. Budaya Organisasi

Referensi [3] menyebutkan bahwa budaya organisasi adalah pola cipta asumsi dasar, penemuan atau perkembangan oleh suatu kelompok. Budaya organisasi berfungsi sebagai pembelajaran untuk mengatasi masalah, baik adaptasi dari luar maupun integrasi dari dalam.

Referensi [2] menyebutkan bahwa budaya organisasi merupakan sebuah sistem dari pengertian maupun kepercayaan bersama oleh anggota organisasi dan berpengaruh pada tingkatan yang luas, serta menentukan bagaimana mereka bertindak.

Berdasarkan beberapa pengertian budaya organisasi menurut beberapa ahli, dapat disimpulkan bahwa budaya organisasi adalah segala sesuatu yang berisi nilai, simbol, ritual, sikap, dan beberapa praktik dalam organisasi yang diyakini bersama oleh anggota organisasi sebagai pedoman untuk bertindak dan berperilaku. Budaya organisasi menunjukkan identitas tertentu bagaimana organisasi bekerja sesuai pembagiannya sehingga budaya organisasi dapat membedakan organisasi yang satu dengan organisasi lainnya.

d. Tipe Budaya Organisasi

Setiap karakteristik budaya organisasi akan menggambarkan jenis budaya yang terjadi dalam sebuah organisasi. Banyak pendapat para ahli mengenai budaya organisasi, salah satunya adalah dalam buku [1] membagi tipologi budaya menjadi 4 jenis, antara lain :

1. Kultur Klan (the clan culture)

Jenis Budaya ini memiliki ciri tempat kerja yang menyenangkan, seperti sebuah keluarga besar. Pemimpin yang efektif adalah pemimpin yang menjalankan peran mentor, bahkan sebagai orang tua sebagai bawahannta. Perekat di organisasi ini adalah loyalitas dan tradisi.

2. Kultur Adhokrasi (the adhoracy culture)

Jenis Budaya ini memiliki ciri tempat kerja yang dinamis dan entrepreneurial. Pemimpin yang efektif adalah mereka yang mempunyai visi jauh kedepan, inovatif, dan berani mengambil resiko. Perekat di organisasi ini adalah komitmen pada peluang untuk melakukan eksperimen dan inivasi terus menerus.

3. Kultur Hierarki (the hierarchy culture)

Jenis budaya ini memiliki ciri dengan tempat kerja yang formal dan terstruktur. Selain itu budaya organisasi ini juga sangat menekankan pentingnya struktur yang baik dan rapi dalam organisasi. Semua proses kerja diatur secara baku dan sistematis. Pemimpin yang efektif adalah koordinator yang baik. Memelihara kelancaraan perusahaan adalah hal yang teramat penting. Model atau pedoman manajemen yang digunakan biasanya berpusat pada pengendalian dan kontrol yang ketat

4. Kultur Market (the market culture)

Jenis budaya ini memiliki ciri tempat kerja yang berorientasi pada hasil. Pemimpin yang efektif adalah mereka yang keras hari, suka bekerja keras, dan gesit. Perekat dalam organisasi ini adalah keinginan untuk memenagkan persaingan. Kriteria sukses biasanya dilihat pangsa pasar dan posisi bersaing.

e. Organizational Culture Assesment Instrument

OCAI digunakan untuk mendiagnosis budaya organisasi dengan menggunakan kuisisioner yang berisi 24 pertanyaan dalam enam dimensi. Penyelesaian pengukuran budaya organisasi dengan metode OCAI akan diberikan gambaran tentang cara organisasi beroperasi dan tidak ada jawaban benar atau salah atas setiap pertanyaan yang diberikan. Setiap organisasi kemungkinan besar akan menghasilkan tanggapan yang berbeda. Oleh karena itu, harus diusahakan jawaban yang akurat dalam menanggapi pertanyaan sehingga diagnosis budaya yang dihasilkan akan tepat.

Pengukuran dilakukan dengan mempertimbangkan budaya organisasi yang dikelola, tetapi memiliki batasan yang jelas. Oleh karena itu, ketika menjawab pertanyaan perlu diingat organisasi dapat dipengaruhi oleh perubahan budaya. Metode OCAI terdiri dari enam pertanyaan, setiap pertanyaan memiliki empat pilihan jawaban.

Pengukuran OCAI dibagi menjadi dua jenis pengukuran. Pengukuran OCAI untuk mengukur budaya organisasi yang ada dalam suatu organisasi. Budaya organisasi juga untuk mengukur budaya yang diharapkan seseorang untuk organisasinya. Pengukuran OCAI dapat membantu organisasi melihat kondisi budaya organisasinya untuk mengambil tindakan perubahan setelah mengetahui kondisi budayanya.

Pada dasarnya, pengukuran OCAI dapat menentukan kecenderungan budaya organisasi suatu organisasi. Sebuah organisasi memiliki tipe budaya organisasi Clan, Adokrasi, Market, atau Hierarchy. Melalui pengukuran OCAI dapat menunjukkan kondisi organisasi sekarang sesuai tipe budaya organisasi. Pengukuran OCAI juga dapat menunjukkan budaya organisasi yang diharapkan oleh seseorang untuk organisasinya.

METODE

a. Objek Penelitian

Grup Facebook “Alumni MTs Muhammadiyah Singapura” dibentuk pada tahun 2011 dengan tujuan

untuk dapat mengumpulkan dan menjadi wadah penyampaian informasi bagi seluruh alumni MTs Muhammadiyah Singapura. Pada grup ini setiap admin maupun anggota dipersilahkan dan sangat dianjurkan untuk menyampaikan setiap informasi yang mampu meningkatkan mutu dari para alumni. Adapun informasi yang diperbolehkan adalah mengenai lowongan pekerjaan, promosi pendidikan dan kesehatan, serta kegiatan para alumni dari tiap tahun angkatan. Tujuan lain dari pembentukan Grup Facebook Alumni MTs Muhammadiyah Singapura juga agar para alumni tetap mengetahui perkembangan dari sekolah MTs Muhammadiyah Singapura dari para guru maupun dari alumni yang lainnya.

b. Metode Penelitian

Teknik Pengumpulan Data dalam penelitian ini menggunakan:

1. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari proses wawancara dan observasi. Wawancara yakni melakukan tanya jawab dengan pendekatan secara informal dan pengamatan (observasi) yakni pengumpulan data yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung, secara formal maupun informal digunakan untuk mengamati Group Facebook Alumni MTs Muhammadiyah Singapura.

2. Dokumentasi

Studi Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh data dengan mempelajari dokumen-dokumen yang terdapat di perpustakaan kampus dan dokumen online maupun dokumen penelitian serupa yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

3. Kuesioner Referensi [4] menjabarkan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. OCAI (Organizational Culture Assessment Instrument)

OCAI digunakan untuk mendiagnosis budaya organisasi dengan menggunakan kuisisioner yang berisi 24 pertanyaan dalam enam dimensi. Penyelesaian pengukuran budaya organisasi dengan

metode OCAI akan diberikan gambaran tentang cara organisasi beroperasi dan tidak ada jawaban benar atau salah atas setiap pertanyaan yang diberikan. Setiap organisasi kemungkinan besar akan menghasilkan tanggapan yang berbeda. Oleh karena itu, harus diusahakan jawaban yang akurat dalam menanggapi pertanyaan sehingga diagnosis budaya yang dihasilkan tepat.

Pengukuran OCAI dibagi menjadi dua jenis pengukuran. Pengukuran OCAI untuk mengukur budaya organisasi yang ada dalam suatu organisasi. Budaya organisasi juga untuk mengukur budaya yang diharapkan seseorang untuk organisasinya. Pengukuran OCAI dapat membantu organisasi melihat kondisi budaya organisasinya untuk mengambil tindakan perubahan setelah mengetahui kondisi budayanya.

B. Penentuan jumlah sampel

Referensi [4] menjelaskan bahwa sampel adalah bagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Bila populasi besar dan tidak mungkin semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan tenaga, dan waktu, maka dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Untuk itu sampel diambil dari populasi harus benar-benar representative (mewakili).

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Metode Simple Random Sampling yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara sedemikian rupa sehingga setiap individu yang ada di dalamnya mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Untuk menentukan berapa minimal sampel yang dibutuhkan dalam penelitian jika ukuran populasi diketahui maka digunakan rumus Solvin, seperti berikut :

$$n = \frac{N}{1 + e^2}$$

Dimana : (1)

n = Ukuran Sample

N = Ukuran Populasi

e = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran karena ketidaktelitian kesalahan pengambilan sampel populasi), yaitu 10%.

C. Penentuan Jumlah Responden

Populasi penelitian ini adalah Alumni MTs Muhammadiyah yang tergabung dalam grup Facebook yang berjumlah 175 orang

Untuk menentukan berapa minimal sampel yang dibutuhkan dalam penelitian jika ukuran populasi diketahui maka digunakan rumus Solvin, seperti berikut :

$$n = \frac{N}{1 + e^2}$$

Dimana : (1)

n = Ukuran Sample

N = Ukuran Populasi

e = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran karena ketidaktelitian kesalahan pengambilan sampel populasi), yaitu 10%.

Berdasarkan rumus diatas didapatkan ukuran sampel yang digunakan sebanyak:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + e^2} \\ &= \frac{175}{1 + (0.10)^2} \\ &= \frac{175}{1 + 0.01} \\ &= \frac{175}{1.01} \\ &= 17.425742574257426 \\ &= 17.43 \text{ dibulatkan menjadi } 18 \end{aligned}$$

D. Aktifitas User grup

1. Kiriman Pada Grup

Aktifitas yang dilakukan oleh user grup ini dapat dikatakan sangatlah minim, dimana dalam kurun waktu 5 tahun seperti yang dilihat pada tabel dibawah. Ada beberapa faktor yang menyebabkan aktifitas pada grup ini menjadi minim, selain jumlah usernya yang sedikit ditambah lagi ada ketidak tertarikannya dari pada user untuk beraktifitas pada grup ini kemungkinan karena konten yang dibagikan sudah tidak relevan dengan keadaan sekarang dan masih banyak lagi

Tabel 1. Kiriman Pada grup

#	Name	rating	posts	likes	comments	r_shares	r_comments	r_likes	r_commentLikes
3.14E+14	Ferman Ayah Bilqis	5	1	0	0	0	0	0	0
7.32E+14	Muhammad Daffa Ibnu Hafiz	14	4	3	1	0	3	14	4
1.02E+16	Acho Si Moedzi	10	1	1	1	0	0	0	0
1.17E+15	Medina Meka	24	2	1	4	0	0	0	0
1.03E+15	Rhosop Muhammad Naufal	12	2	0	0	0	0	1	0
1.08E+15	Rizma Nurhika	2	2	0	0	0	0	1	0
1.10E+15	Faisa Jaelani	90	9	0	5	0	3	9	3
1.25E+15	Rim Andeva	139	3	1	8	0	25	11	1
1.02E+16	JieMany HeNank	90	2	30	6	0	0	1	0
1.23E+15	Septian Hidayat	8	1	0	1	0	0	0	0
3.09E+14	Eris	30	0	4	5	0	3	4	0
6.38E+14	Raditya Prox Rvt	3	0	0	1	0	0	0	0
1.10E+15	Asri Harau	155	13	0	4	0	8	27	0
1.28E+15	Iti Yuni Namute	5	0	1	1	0	0	0	0
1.13E+15	Rizka Mawati	124	2	13	16	0	11	11	0
1.20E+15	Ivannahy Maulana	47	3	0	1	0	7	4	0
1.02E+16	Rani Rahmawati	83	2	12	12	0	1	3	4
8.73E+14	DeWise Farnawati	50	4	0	7	0	2	1	1
9.33E+14	Dhinda Araf	3	1	0	0	0	0	1	0
1.02E+16	Fibri Artana Khikmahati	172	1	39	18	0	0	4	1
1.56E+15	Andri Aryanio	20	1	4	0	0	1	2	0
1.24E+15	Inha Aphrellianie	8	0	1	2	0	0	0	0
1.19E+15	Fitrum Khikmahati Aritna	44	1	14	3	0	0	1	0

2. Pengunjung Pada Grup

Pada tabel dibawah dapat dilihat rating dari pada pengunjung aktif yang melakukan aktifitas pada grup ini, dari 175 user yang tergabung, hanya ada 51 user yang aktif mengunjungi dan menanggapi setiap konten yang di share pada grup ini. Hanya ada 5 user yang mengunjungi grup ini lebih dari 100 kali kunjungan, ditunjukkan dengan angka rating. Bahkan beberapa pengurus pun hanya melakukan sedikit kunjungan pada grup ini.

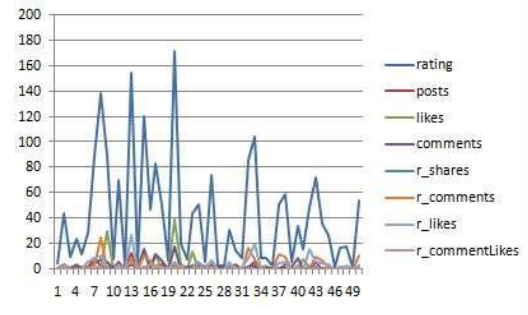
Tabel 2. Pengunjung Pada Grup

#	Name	rating	posts	likes	comments	r_shares	r_comments	r_likes	r_commentLikes
3.14E+14	Ferman Ayah Bilqis	5	1	0	0	0	0	0	0
7.32E+14	Muhammad Daffa Ibnu Hafiz	14	4	3	1	0	3	14	4
1.02E+16	Acho Si Moedzi	10	1	1	1	0	0	0	0
1.17E+15	Medina Meka	24	2	1	4	0	0	0	0
1.03E+15	Rhosop Muhammad Naufal	12	2	0	0	0	0	1	0
1.08E+15	Rizma Nurhika	2	2	0	0	0	0	1	0
1.10E+15	Faisa Jaelani	90	9	0	5	0	3	9	3
1.25E+15	Rim Andeva	139	3	1	8	0	25	11	1
1.02E+16	JieMany HeNank	90	2	30	6	0	0	1	0
1.23E+15	Septian Hidayat	8	1	0	1	0	0	0	0
3.09E+14	Eris	30	0	4	5	0	3	4	0
6.38E+14	Raditya Prox Rvt	3	0	0	1	0	0	0	0
1.10E+15	Asri Harau	155	13	0	4	0	8	27	0
1.28E+15	Iti Yuni Namute	5	0	1	1	0	0	0	0
1.13E+15	Rizka Mawati	124	2	13	16	0	11	11	0
1.20E+15	Ivannahy Maulana	47	3	0	1	0	7	4	0
1.02E+16	Rani Rahmawati	83	2	12	12	0	1	3	4
8.73E+14	DeWise Farnawati	50	4	0	7	0	2	1	1
9.33E+14	Dhinda Araf	3	1	0	0	0	0	1	0
1.02E+16	Fibri Artana Khikmahati	172	1	39	18	0	0	4	1
1.56E+15	Andri Aryanio	20	1	4	0	0	1	2	0
1.24E+15	Inha Aphrellianie	8	0	1	2	0	0	0	0
1.19E+15	Fitrum Khikmahati Aritna	44	1	14	3	0	0	1	0

E. Grafik Sociograph

1. Grafik Sociograph Pengunjung

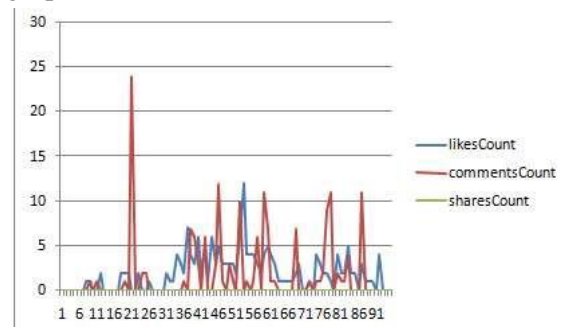
Pada gambar grafik di bawah terlihat sekali rating atau angka kunjungan pada grup ini yang paling tinggi hanya mencapai angka 160-180 kunjungan, untuk ukuran sebuah grup alumni yang memiliki angka lulusan setiap tahunnya lumayan banyak angka kunjungan seperti ini sangatlah kurang sekali. Peningkatan angka pengguna sosial media Facebook yang meningkat setiap tahunnya tidak memberikan efek yang sama pada grup ini.



Gambar 1. Grafik Sociograph Pengunjung

2. Grafik Sociograph Kiriman

Pada grafik di bawah ini terlihat jelas sekali sangat kurangnya komunikasi yang dijalin oleh sesama anggota, terlihat bahwa saling membalas komentar dalam sebuah setatus atau kiriman yang paling banyak mencapai 25 komentar saja. Ada kemungkinan hal ini diakibatkan oleh rasa canggung yang ada pada masing-masing anggota grup.



Gambar 2. Grafik Sociograph Kiriman

F. Hasil Perhitungan dan Pemetaan Budaya Organisasi Menggunakan OCAI

1. Profil Budaya Organisasi Berdasarkan Persepsi Alumni

Tabel 3. Profil Budaya Organisasi Berdasarkan Persepsi Alumni

	Kondisi Saat Ini	Harapan Masa Depan
Clan	23.99	25.11
Adhocracy	25.18	23.67
Market	25.06	22.61
Hierarchy	25.83	21.56

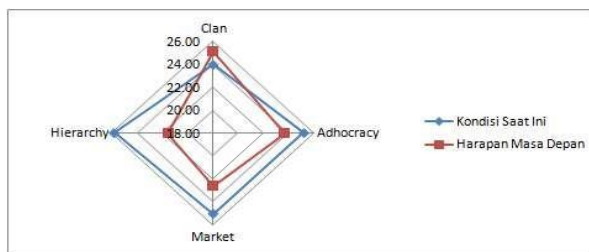
Keadaan yang ada pada grup ini ada pada kultur Hirarki dimana jenis budaya ini memiliki ciri dengan tempat kerja yang formal dan terstruktur.

Sebenarnya kondisi budaya hirarki ini memiliki efek yang baik dalam grup ini, dimana informasi yang diperoleh oleh anggota grup tidak asal-asalan atau seadanya. Informasi yang diterima oleh anggota merupakan informasi yang valid atau benar sehingga

dapat dipertanggungjawabkan. Hanya saja dalam peraktek kenyataannya justru kultur atau budaya ini sangat mempengaruhi terhadap aktivitas user pada grup ini. Ada semacam hambatan dimana user seperti terkekang dalam menunjukkan eksistensinya pada grup ini.

Kondisi yang seperti ini jika dibiarkan dapat membuat grup ini semakin lama semakin sepi peminat. Jangankan untuk mendapatkan anggota baru, anggota lamapun semakin lama akan semakin merasa tidak memerlukan akan grup ini. Semakin banyak informasi yang disampaikan pada grup ini, baik berupa share tautan, komen, like, dan lainnya menunjukan bahwa user merasa nyaman dengan bergabung pada grup ini.

2. Grafik Hasil Pemetaan Budaya Organisasi Berdasarkan Persepsi Alumni



Gambar 3. Grafik Hasil Pemetaan

Terlihat jelas pada grafik di atas, disana menunjukkan ke arah mana kultur grup ini mengarah pada saat ini (ditunjukkan dengan garis biru) dan ke arah mana grup ini diinginkan untuk masa depan. Saat ini memang kultur pada grup ini mengarah pada kultur hirarki yang lebih mengedepankan kepemimpinan yang baik mampu menyarin informasi dan membuat keputusan. Tetapi pada masa mendatang kebanyakan dari pada user menginginkan arah kultur dari grup ini menjadi kultur klan dimana jenis budaya ini memiliki ciri tempat kerja yang menyenangkan, seperti sebuah keluarga besar. Pemimpin yang efektif adalah pemimpin yang menjalankan peran mentor, bahkan sebagai orang tua sebagai bawahanya. Perekat di organisasi ini adalah loyalitas dan tradisi.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, didapatkanlah kesimpulan sebagai berikut; kunjungan user atau anggota grup Alumni Mts Muhammadiyah Singaparna sangatlah minim, hal ini menyebabkan aktivitas yang dilakukan pada grup tersebut menjadi rendah dan tidak variatif. Ada pun untuk budaya organisasi yang ada pada grup tersebut pada saat ini mengarah pada

tipe budaya Hierarchy. Jenis budaya ini memiliki ciri dengan tempat kerja yang formal dan terstruktur. Selain itu buday aorganisasi ini juga sangat menekankan pentingnya struktur yang baik dan rapi dalam organisasi. Semua proses kerja diatur secara baku dan sistematis. Pemimpin yang efektif adalah koordinator yang baik. Memelihara kelancaraan organisasia dalam hal yang teramat penting. Model atau pedoman manajemen yang digunakan biasanya berpusat pada pengendalian dan kontrol yang ketat. Hal ini dinilai wajar karena pada sebuah organisasi seperti perkumpulan alumni atau komunitas apapun yang akan memegang faktor tertinggi adalah yang memiliki jabatan paling tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Cameron, Kim S., Quinn., Robert E. 2006. Diagnosing and changing organizational culture : based on the competing values framework. Revised edition. USA : Jossey-Bass.
- [2]. Robbins, Stephen P. dan Judge, Timothy A.. 2007. Organizational behavior Edition (15th Edition). New Jersey, USA : Pearson Education. Inc.
- [3]. Schein, E.H. 1992. Organizational Culture and leadership. (3rd Edition). USA : Jossey-Bass.
- [4]. Sugiyono.2011. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung, CV Alfabeta