

Universitas Mervcu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*  
Ribka Tri Wahyuning Karli  
44209110031

Peran Facebook Sebagai Media Komunikasi dan Informasi  
Di International Finance Corporation Indonesia  
Jumlah halaman : x + 94 halaman + 10 Lampiran  
Bibliografi : 16 Acuan, Tahun 1978, 2000 – 2013  
Sumber Lain : 2 Jurnal + 1 Web

## ABSTRAK

Pada tahun 2011 *International Finance Corporation* Indonesia meluncurkan laman IFC Indonesia Facebook *fanpage* dimana pada saat itu hadirnya *fanpage Facebook IFC Global*. Hal tersebut memberikan ide segar kepada *Communication team* yang di pimpin oleh Alm. Ibu Novita Patricia Wund untuk meluncurkan laman *fanpage Facebook IFC Indonesia*, dengan maksud agar dapat lebih dekat, berkomunikasi secara interaktif dengan publik, berbagai macam persiapan dilakukan sampai dengan peluncuran *fanpage* tersebut banyak hal yang bisa di teliti disini. Tetapi masalah muncul ketika Facebook IFC Indonesia tersebut mendapat penolakan dari pihak internal organisasi IFC dan masalah lain yang timbul adalah tidak adanya admin yang dapat memperbaharui berita di Facebook IFC Indonesia itu sendiri, dan lambatnya response dari pihak IFC terhadap respon yang datang dari masyarakat, baik itu secara pertanyaan ataupun komentar.

Tujuan dari Penelitian ini adalah penulis ingin menganalisis seberapa pentingkah peran Facebook sebagai media komunikasi dan informasi di International Finance Corporation – The World Bank group, dalam setiap kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh divisi *Public Relations* tersebut. Penelitian ini menggunakan landasan teori *New Media* atau Media Baru dari terori Yosol Iriantara, *Media Relations : Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam.

Hasil penelitian ini membahas mengenai Peran Facebook sebagai media Komunikasi dan Informasi di International Finance Corporation Indonesia. Dengan demikian, peneliti mampu memperoleh gambaran mengenai peran Facebook sebagai Media Komunikasi dan Informasi di International Finance Corporation Indonesia.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Peran Facebook sebagai Media Komunikasi dan Informasi di Intenational Finance Corporation Indonesia ternyata kurang berperan aktif untuk menjadi media komunikasi, jika informasi Facebook *fanpage* IFC Indonesia tersebut cukup memberikan informasi pada awal – awal akun Facebook tersebut berdiri, tetapi kurang memiliki repon atau tanggapan yang cepat dan kurang komunikatif dalam menangani pertanyaan atau tanggapan yang datang dari pihak public.