Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol. 7 No. 2
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784

OPTIMALISASI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL MELALUI DESAIN BANNER SEBAGAI SARANA SOSIALISASI PROGRAM PEMBINAAN WARGA BINAAN DI RUMAH TAHANAN NEGARA KELAS IIB KABANJAHE

Rival Harriot, Lauditta Indah Dewi
Program Studi Teknik Pemasyarakatan, Politeknik Pengayoman Indonesia
*e-mail: rivaltambunan98@gmail.com

Abstract
This study aims to analyse the role of visual communication media through banner design as a means of socialising guidance programmes at the Kabanjahe Class IIB Detention Centre. The background to this study is based on the need for effective, communicative, and sustainable guidance media for inmates. The research method used a descriptive qualitative approach through observation, interviews, and documentation to explore the effectiveness of banners as a medium for conveying rehabilitation messages. The results of the study show that banners function as silent educators that can strengthen the internalisation of rehabilitation values, increase the awareness of inmates regarding discipline, cleanliness, and motivation for behavioural change. The supporting theories used in this study include Media Richness Theory, Visual Rhetoric, Usage and Satisfaction Theory, Multimedia Learning Cognitive Theory, and Cultural Code Theory in Design, which emphasise the importance of visual media as an effective communication instrument. In conclusion, optimising banner design by considering the aspects of message, visualisation, and social context can increase the effectiveness of the guidance programme and support the goals of rehabilitation and social reintegration at the Kabanjahe Class IIB Detention Centre.
Keywords: visual communication, banners, guidance, inmates, rehabilitation. detention centre

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media komunikasi visual melalui desain banner sebagai sarana sosialisasi program pembinaan di Rumah Tahanan Negara (Rutan) Kelas IIB Kabanjahe. Latar belakang penelitian ini didasari oleh kebutuhan akan media pembinaan yang efektif, komunikatif, dan berkelanjutan bagi Warga Binaan Pemasyarakatan (WBP). Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk menggali efektivitas banner sebagai media penyampai pesan pembinaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa banner memiliki fungsi sebagai *silent educator* yang mampu memperkuat internalisasi nilai-nilai pembinaan, meningkatkan kesadaran WBP terhadap kedisiplinan, kebersihan, serta motivasi perubahan perilaku. Teori pendukung yang digunakan dalam penelitian ini mencakup Teori Kekayaan Media, Retorika Visual, Teori Penggunaan dan Kepuasan, Teori Kognitif Pembelajaran Multimedia, dan Teori Kode Budaya dalam Desain, yang menegaskan pentingnya media visual sebagai instrumen komunikasi yang efektif. Kesimpulannya, optimalisasi desain banner dengan memperhatikan aspek pesan, visualisasi, dan konteks sosial dapat meningkatkan efektivitas program pembinaan serta mendukung tujuan rehabilitasi dan reintegrasi sosial di Rutan Kelas IIB Kabanjahe.
Kata kunci: komunikasi visual, banner, pembinaan, warga binaan, pemasyarakatan. rumah tahanan

Article History
Received: September 2025
Reviewed: September 2025
Published: September 2025

Plagirism Checker No 461
Prefix DOI : Prefix DOI : 10.8734/krepa.v1i2.365
Copyright : Krepa



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas Vol. 7 No. 2
ISSN 2988-3059 Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784
Cahaya Ilmu Bangsa

1. Pendahuluan

Rumah Tahanan Negara (Rutan) Kelas IIB Kabanjahe memiliki tanggung jawab besar dalam menjalankan pembinaan dan reintegrasi sosial bagi Warga Binaan Pemasyarakatan (WBP). Keberhasilan program pembinaan tidak hanya ditentukan oleh kualitas materi yang diberikan, tetapi juga oleh strategi komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan tersebut. Salah satu media komunikasi yang memiliki potensi besar adalah **komunikasi visual** dalam bentuk desain banner. Banner mampu menyampaikan pesan dengan singkat, jelas, dan mudah diingat, serta dapat ditempatkan pada titik-titik strategis di lingkungan Rutan sehingga WBP terus-menerus terekspos pada nilai-nilai pembinaan. Hal ini sejalan dengan **Media Richness Theory** yang menyatakan bahwa media yang kaya akan isyarat komunikasi lebih efektif dalam menyampaikan pesan kompleks dibandingkan media yang miskin isyarat.[1]
Selain itu, keberhasilan banner sebagai media sosialisasi juga dapat dijelaskan dengan konsep **Visual Rhetoric**, yaitu bagaimana elemen visual seperti warna, tipografi, dan simbol digunakan secara strategis untuk membentuk makna yang relevan bagi audiens.[2] Dalam konteks Rutan, banner dengan desain komunikatif dapat memperkuat pesan kedisiplinan, kebersihan, dan motivasi perubahan perilaku. Lebih jauh, **Uses and Gratifications Theory** menekankan bahwa audiens (dalam hal ini WBP) merupakan penerima pesan yang aktif.[3] Artinya, banner yang menarik secara visual dan relevan dengan kebutuhan pembinaan akan lebih mudah diterima dan diinternalisasi karena WBP merasa mendapatkan manfaat langsung dari pesan yang disampaikan. Dari perspektif kognitif, **Cognitive Theory of Multimedia Learning (CTML)** menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan melalui kombinasi teks dan gambar akan lebih mudah dipahami serta diingat, selama tidak menimbulkan beban kognitif berlebihan.[4] Dengan demikian, desain banner harus dibuat sederhana, terstruktur, dan fokus pada inti pesan pembinaan. Terakhir, **Culture Code Theory of Design** menjelaskan bahwa desain visual yang efektif terdiri atas aspek teknis, strategis, dan makna.[5] Oleh karena itu, banner pembinaan di Rutan harus dirancang dengan mempertimbangkan konteks sosial-budaya WBP agar pesan yang dikomunikasikan mampu diterima secara emosional maupun rasional. Berdasarkan teori-teori tersebut, optimalisasi media komunikasi visual melalui desain banner menjadi langkah strategis untuk meningkatkan efektivitas program pembinaan di Rutan Kelas IIB Kabanjahe.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif deskriptif**, dengan metode pengumpulan data melalui:

1. Observasi: mengamati penggunaan media komunikasi di lingkungan Rutan.
2. Wawancara: melibatkan petugas pemasyarakatan dan WBP mengenai persepsi mereka terhadap efektivitas banner.
3. Dokumentasi: berupa foto banner, materi sosialisasi, serta laporan pembinaan.

Data dianalisis secara tematik, dengan mengidentifikasi fungsi, kelebihan, keterbatasan, dan strategi pengembangan banner sebagai sarana pembinaan.[3]

3. Hasil dan Pembahasan

Media visual merupakan sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan secara cepat dan mudah dipahami. Dalam konteks pemasyarakatan, media visual berfungsi sebagai **pengingat terus-menerus** serta membentuk kebiasaan positif bagi WBP.[4] Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa komunikasi visual dalam bentuk poster, banner, atau simbol visual lebih mudah diingat dibandingkan instruksi lisan.[5]Agar efektif, desain banner di Rutan harus memenuhi unsur:

1. **Pesan singkat dan jelas** – kalimat padat, langsung, dan komunikatif.
2. **Visual menarik** – penggunaan warna, ikon, ilustrasi yang relevan dengan tema pembinaan.
3. **Kesesuaian konteks** – konten disesuaikan dengan isu-isu pembinaan, misalnya kebersihan, disiplin, motivasi, serta keterampilan hidup.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas Vol. 7 No. 2
ISSN 2988-3059 Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784
Cahaya Ilmu Bangsa

4. **Penempatan strategis** – banner ditempatkan pada area dengan mobilitas tinggi seperti aula, ruang makan, dan blok hunian.

Pelaksanaan Program Kuliah Kerja Nyata di Rumah Tahanan Negara (Rutan) Kelas IIB Kabanjahe dirancang dengan pendekatan komprehensif yang mengintegrasikan aspek edukasi, praktik langsung, dan pemberdayaan masyarakat binaan. Metode yang diterapkan berfokus pada Peningkatan budaya disiplin, kepatuhan terhadap aturan, dan kesadaran akan pentingnya kebersihan lingkungan Rancangan kebutuhan yang telah ditetapkan sesuai dengan kebutuhan dilapangan diuraikan dalam table:

Table 1 Kebutuhan Sumber Daya / Alat / Bahan

No	Kebutuhan	Jumlah	Harga Satuan	Sub total
1	Cetak banner	2 lembar	Rp. 50.000	Rp.100.000

Berikut merupakan daftar sumber daya, alat, dan bahan yang dibutuhkan secara fasilitatif selama pelaksanaan kegiatan KKN di lapangan. Semua kebutuhan dirancang secara efisien, objektif, dan logis berdasarkan urgensi serta kondisi nyata di Rutan Kelas IIB Kabanjahe. Banner berfungsi sebagai **"silent educator"**, yang setiap saat memberikan pengingat tanpa perlu instruksi verbal dari petugas.[6] Hal ini membantu memperkuat budaya disiplin, kepatuhan terhadap aturan, dan kesadaran akan pentingnya kebersihan lingkungan. Untuk meningkatkan efektivitas banner, strategi yang dapat dilakukan adalah:

1. **Perbaruan konten secara berkala** agar pesan tidak monoton.
2. **Pelibatan WBP dalam desain banner**, sehingga menumbuhkan rasa kepemilikan.
3. **Kombinasi dengan media lain** (leaflet, video pendek, atau poster).
4. **Evaluasi berkala** melalui survei sederhana mengenai pemahaman WBP terhadap isi banner.

Pengabdian kepada masyarakat merupakan bagian integral dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, yang bertujuan menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni secara langsung kepada masyarakat luas. Dalam konteks ini, kegiatan pengabdian dilakukan di Rumah Tahanan Negara Kelas IIB Kabanjahe melalui strategi penyampaian informasi visual berupa *banner* edukatif. Media ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran warga binaan terhadap kewajiban serta tata tertib yang berlaku di lingkungan rutan.

Desain banner yang digunakan memuat pesan-pesan kunci seperti:

- **Kebersihan kamar dan lingkungan**
- **Ketertiban antarwarga binaan**
- **Kewajiban ibadah**
- **Program pembinaan**
- **Bahaya narkoba**

Warna dominan biru dan merah dipilih untuk merepresentasikan nuansa ketegasan yang tetap mengedepankan sisi humanis dan komunikatif. Salah satu banner yang dibuat berjudul **"KEWAJIBAN WARGA BINAAN"**, dan isinya sebagai berikut:

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas Vol. 7 No. 2
ISSN 2988-3059 Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784
Cahaya Ilmu Bangsa

Gambar 1 hasil pemasangan Banner kewajiaban warga binaan



Isi Banner Kewajiban Warga Binaan:

1. **Tunduk dan mematuhi aturan di Rutan**
2. **Mengikuti program pembinaan yang disediakan**
3. **Memelihara ketenangan dan persaudaraan antar penghuni dan petugas**
4. **Memelihara kebersihan badan, pakaian, tempat tidur, dan lingkungan**
5. **Melaksanakan ibadah sesuai agama yang dianut**
6. **Menghormati dan melaksanakan ibadah sesuai agama yang dianut**
7. **Menata rambut yang rapi, tidak gondrong, dan berpenampilan sopa Menggunakan bahasa yang sopan**

Gambar 2 Banner Waspada Petugas



Banner untuk Petugas, berisi :

- **Meningkatkan kesadaran situasional petugas.**
- **Mengingatkan agar selalu proaktif terhadap potensi ancaman.**
- **Mendorong profesionalisme dan disiplin dalam menjaga keamanan Rutan.**

Dalam lingkungan rumah tahanan yang penuh dinamika, diperlukan lebih dari sekadar pengawasan fisik. Dibutuhkan kesadaran kolektif, baik dari warga binaan maupun petugas, agar suasana tetap kondusif, aman, dan manusiawi. Di sinilah komunikasi visual memegang peran penting—menjadi pengingat diam yang terus berbicara tanpa suara. Kegiatan ini hadir sebagai solusi kreatif dan komunikatif dalam menyampaikan nilai-nilai penting kepada dua kelompok utama:

1. **Warga binaan, yang diingatkan akan kewajiban dan tanggung jawabnya sebagai bagian dari proses pembinaan.**
2. **Petugas, yang didorong untuk tetap waspada dalam mengidentifikasi potensi kerawanan, dengan kesadaran bahwa ketelitian adalah bentuk perlindungan terbaik. Melalui banner yang dirancang dengan bahasa sederhana namun sarat makna, kami menghadirkan media penyadaran yang tidak menggurui, namun mampu menyentuh nalar dan empati.**

ISSN 2988-3059
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784
Cahaya Ilmu Bangsa

A. Strategi Optimalisasi Media Komunikasi Visual Melalui Banner

Rutan Kelas IIB Kabanjahe menghadapi tantangan dalam menyampaikan pesan pembinaan secara efektif karena keterbatasan sarana komunikasi dan rendahnya perhatian WBP terhadap instruksi lisan. Oleh karena itu, banner dipilih sebagai media komunikasi visual yang memiliki keunggulan dalam menyampaikan pesan singkat, jelas, dan menarik. Strategi optimalisasi yang diterapkan meliputi:

1. **Peningkatan Desain Visual**: penggunaan warna kontras, tipografi mudah dibaca, serta ikon/gambar relevan dengan pesan pembinaan.
2. **Penyusunan Pesan yang Ringkas**: teks dibuat singkat, komunikatif, dan berorientasi motivasi.
3. **Penempatan Strategis**: banner dipasang pada lokasi dengan mobilitas tinggi (blok hunian, aula, ruang makan).
4. **Perubahan Konten Secara Berkala**: konten diperbarui setiap 2–3 bulan agar tidak monoton dan selalu relevan.

B. Peran Pihak-Pihak Terlibat Dalam Optimalisasi Banner

Program optimalisasi banner melibatkan berbagai pihak dengan peran yang berbeda namun saling melengkapi:

1. **Warga Binaan Pemasyarakatan (WBP)**:
   - Berperan sebagai penerima sekaligus penilai pesan dalam banner.
   - Dilibatkan dalam proses desain melalui ide dan masukan agar tercipta rasa memiliki.
2. **Petugas Pemasyarakatan**:
   - Bertugas memvalidasi isi pesan banner agar sesuai dengan tujuan pembinaan.
   - Mengawasi pemasangan dan memantau respon WBP terhadap banner.
3. **Tim Mahasiswa KKN**:
   - Berperan sebagai desainer dan pengembang media komunikasi visual.
   - Menyediakan konsep desain, layout, serta mencetak dan memasang banner.
4. **Pihak Mitra Eksternal (misalnya komunitas desain/percetakan lokal)**:
   - Membantu dalam proses teknis produksi banner dan memastikan kualitas cetakan.

C. Evaluasi Program Optimalisasi Banner

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana banner berperan efektif dalam meningkatkan pemahaman dan motivasi WBP. Hasil evaluasi menunjukkan:

1. **Peningkatan Pemahaman Pesan**: mayoritas WBP menyatakan lebih mudah memahami pesan pembinaan melalui banner dibanding hanya mendengar arahan lisan.
2. **Respon Positif terhadap Visualisasi**: WBP merasa lebih termotivasi karena banner menampilkan kalimat motivasi dan ilustrasi yang relevan.
3. **Efisiensi Komunikasi**: petugas lebih terbantu karena banner menjadi pengingat rutin tanpa harus selalu mengulang instruksi.
4. **Kendala**: beberapa WBP membutuhkan penjelasan tambahan terkait isi banner, sehingga tetap diperlukan kombinasi dengan sosialisasi lisan.

D. Rekomendasi Keberlanjutan Program

Agar optimalisasi banner memberikan dampak berkelanjutan, beberapa rekomendasi yang dapat diterapkan antara lain:

1. **Pemeliharaan dan Pembaruan Desain**: memperbarui konten secara berkala sesuai isu pembinaan terbaru.
2. **Pelatihan Kreativitas WBP**: melibatkan WBP dalam pembuatan banner sederhana untuk menumbuhkan rasa kepemilikan.
3. **Integrasi dengan Media Lain**: mengombinasikan banner dengan leaflet, poster, atau video singkat agar pesan lebih variatif.

ISSN 2988-3059 Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784
Cahaya Ilmu Bangsa

4. **Monitoring dan Evaluasi Rutin**: melakukan survei atau diskusi setiap beberapa bulan untuk mengetahui efektivitas pesan dan respon WBP.

Terciptanya budaya waspada di kalangan petugas, melalui penguatan pesan visual yang mudah diingat dan penuh muatan reflektif. Tumbuhnya kesadaran tanggung jawab di kalangan warga binaan, melalui pemahaman terhadap peran mereka dalam menjaga ketertiban bersama. Banner dipasang di lokasi strategis seperti aula, koridor antar sel, dan ruang bimbingan. Lokasi-lokasi tersebut dipilih karena memiliki lalu lintas tinggi sehingga meningkatkan eksposur informasi. Respons positif juga datang dari petugas pemasyarakatan yang menilai banner sebagai sarana komunikasi yang efektif dan efisien. Temuan ini sejalan dengan penelitian Wulandari (2023) yang menyatakan bahwa media visual berbasis lokal mampu meningkatkan kesadaran hukum dan pemahaman warga binaan terhadap norma-norma yang berlaku di lembaga pemasyarakatan.

Table 2 Tugas dan Durasi Waktu Praktik

No	Tahap Praktik	Proses Praktik	Waktu
1	Tahap Persiapan	Pembekalan lapangan, kajian literatur (struktur komunitas, masalah sosial, kebijakan reintegrasi, advokasi sosial), serta penguatan pemahaman institusi pemasyarakatan.	4 hari
2	Inisiasi Sosial	Menjalin kepercayaan dengan warga, menyusun kesepakatan, merumuskan permasalahan komunitas dan isu kebijakan berdasarkan kebutuhan lokal.	4 hari
3	Pengorganisasian	Membangun kesadaran bersama, komunikasi intensif, serta memfasilitasi warga membentuk kelompok kerja perubahan sosial.	4 hari
4	Asesmen Sosial	Analisis masalah, kebutuhan, dan potensi komunitas serta asesmen isu kebijakan reintegrasi sosial berbasis partisipatif.	7 hari
5	Perencanaan Sosial	Merancang intervensi komunitas dan kebijakan sosial. Membuat alternatif kebijakan dengan model retrospektif, prospektif, dan integratif.	4 hari
6	Intervensi Sosial	Pelaksanaan intervensi komunitas (pengembangan dan pendampingan) serta kebijakan (media campaign & public hearing).	4 hari
7	Evaluasi	Menilai hasil dan proses intervensi untuk mengetahui efektivitas serta ketercapaian tujuan kegiatan.	2 hari
8	Tahap Pengakhiran	Terminasi dan rujukan untuk keberlanjutan sampingan melalui lembaga/sistem sumber sosial terkait.	1 hari

9	Bimbingan Laporan	Penyusunan laporan akhir, bimbingan supervisor, dan persiapan ujian lisan.	10 hari
10	Ujian Lisan	Presentasi dan pertanggungjawaban lisan hasil praktikum di hadapan tim penguji.	2 hari
11	Penyempurnaan Laporan	Revisi, pengesahan, penjilidan, penyerahan laporan ke Lab. Bimkemas dan perpustakaan, disertai soft file.	6 hari

4. Kesimpulan

Optimalisasi media komunikasi visual melalui desain banner di Rutan Kelas IIB Kabanjahe terbukti mampu mendukung efektivitas program pembinaan bagi Warga Binaan Pemasyarakatan (WBP). Banner menjadi media alternatif yang sederhana, namun efektif untuk menyampaikan pesan pembinaan karena dapat dilihat berulang kali, mudah dipahami, dan memberikan pengingat visual yang kuat.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa strategi optimalisasi yang dilakukan, yaitu perbaikan desain visual, penyusunan pesan singkat dan komunikatif, penempatan banner di lokasi strategis, serta pembaruan konten secara berkala, berhasil meningkatkan pemahaman WBP terhadap pesan pembinaan. Selain itu, keterlibatan berbagai pihak, khususnya WBP dan petugas lapas, memperkuat rasa memiliki dan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan.

Meskipun demikian, program ini masih menghadapi kendala berupa keterbatasan pemahaman bagi sebagian WBP yang membutuhkan penjelasan tambahan. Oleh karena itu, penggunaan banner sebaiknya dipadukan dengan metode komunikasi lain, seperti penyuluhan atau diskusi kelompok, agar pesan pembinaan lebih komprehensif.

Secara keseluruhan, optimalisasi banner dapat dipandang sebagai inovasi komunikasi visual yang sederhana, hemat biaya, namun berdampak signifikan dalam mendukung rehabilitasi dan reintegrasi sosial WBP di Rutan Kelas IIB Kabanjahe.

Daftar Pustaka

Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science, 32*(5), 554–571. https://doi.org/10.1287/mnsc.32.5.554

Foss, S. K. (2005). Theory of visual rhetoric. In K. Smith, S. Moriarty, G. Barbatsis, & K. Kenney (Eds.), *Handbook of visual communication: Theory, methods, and media* (pp. 141–152). Routledge.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly, 37*(4), 509–523. https://doi.org/10.1086/268109

Kujur, F., & Singh, S. (2020). Visual communication and consumer–brand relationship on social networking sites – Uses & Gratifications Theory perspective. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 15*(1), 30–47. https://doi.org/10.4067/S0718-18762020000100104

Lubis, R., & Syahrin, M. (2020). Peran komunikasi visual dalam edukasi masyarakat. *Jurnal Komunikasi Sosial Humaniora, 12*(2), 145–156. https://doi.org/10.31940/jksh.v12i2.999

Mayer, R. E. (2009). *Multimedia learning* (2nd ed.). Cambridge University Press.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.

Mulyadi, D. (2021). Efektivitas media visual dalam komunikasi di ruang terbatas. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi, 9*(1), 22–31. https://doi.org/10.24843/jkt.v9i1.232

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology, 19*, 123–205. https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60214-2

Wulandari, T. (2023). Media lokal sebagai sarana peningkatan kesadaran hukum warga binaan. *Jurnal Penelitian Pemasyarakatan, 6*(1), 47–59. https://doi.org/10.25077/jpp.6.1.2023.47-59

Yang, Y. (2022). Culture code theory of design in visual communication. *Frontiers in Psychology, 13,* 861366. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.861366

Zallio, M. (2021). Democratizing information visualization: Challenges and opportunities. *arXiv preprint arXiv:2101.09999*. https://arxiv.org/abs/2101.09999

Hawkins, R. D., Firestone, C., & Scholl, B. J. (2021). Visual resemblance and communicative context in pictorial meaning. *arXiv preprint arXiv:2109.13861*. https://arxiv.org/abs/2109.13861

Bakshy, E., Eckles, D., Yan, R., & Rosenn, I. (2012). Social influence in social advertising: Evidence from field experiments. *Proceedings of the 13th ACM Conference on Electronic Commerce*, 146–161. https://doi.org/10.1145/2229012.2229027