

PENGARUH INSTAGRAM TERHADAP KETERLIBATAN ORANG MUDA KATOLIK DALAM HIDUP MENGGEREJA DI PAROKI SANTO PIUS X BLORA

Lusiana Dewi Lestari, Antonius Virdei Ereto Gaudiawan^{*)}

STKIP Widya Yuwana
dewilusiana785@gmail.com

^{*)}penulis korespondensi, antoniuseresto@yahoo.com

Abstract

Instagram is one of the prominent social media, even among the OMK (Youth Catholic Organization) that gives many advantages. The advantage was used for accumulating a community by instagram account in a Parish. This research has to analyze the impact of instagram, toward OMK's involvement in the Church; instagram and social media; the use of instagram account of young Catholic parish of Saint Pius X Blora; and the impact of the instagram account of Saint Pius X Blora's parish for the youth involvement in the life of the Church. This study used quantitative method with Google Form service. The respondents was consist of 70 young people of Saint Pius X parish in Blora. The conclusions of the research are Instagram was a social media which displayed images or videos as their content. The OMK parish of Saint Pius X Blora has an account called "omkpius10". The content was uploaded is OMK's mutual activities, spiritual activities, Liturgy services, and Christian songs arrangement. OMK's instagram account has the positive impact of inspiring the OMK to become more actively involved, strengthened closeness, and attracting OMK who has been less active to be more active in the Church activity.

Keywords: *Instagram, OMK (Young Catholic Organization), Involvement, Church life.*

PENDAHULUAN

Dunia semakin berada pada kemajuannya. Salah satu kemajuan yang begitu terasa dialami saat ini adalah kemajuan media, yakni media sosial. Media sosial saat ini memberikan banyak kemudahan bagi masyarakat mulai dari anak-anak, remaja, dewasa hingga orang tua. Terdapat beberapa media sosial yang ditawarkan untuk digunakan sesuai kebutuhan, yakni *Facebook, Twitter, Instagram, Line*, dsb. Instagram menjadi media yang cukup banyak diminati masyarakat, baik untuk menyimpan momentum dalam bentuk foto maupun video, sekedar mencari informasi tertentu bahkan sebagai media pemasaran bagi para pebisnis dalam menawarkan barang maupun jasanya.

Media Instagram memiliki peran yang cukup besar terhadap kehidupan sosial khususnya para kawula muda. Diketahui jumlah total pengguna media sosial ini mencapai angka 1000 juta pada April 2019, dan Indonesia sendiri dikenal sebagai salah satu negara dengan pengguna media sosial terbesar di dunia, yakni 150 juta pengguna (Harian Kompas, 21 Nov 2019 hal. A). Dengan demikian, *New Media* ini memiliki peran yang

cukup besar terkhusus bagi remaja di Indonesia.

Sebagai salah satu bagian dari kehidupan dunia ini, Gereja ikut merasakan dampaknya, mulai dari dampak baik hingga dampak buruk kemajuan media tersebut. Meskipun begitu, Gereja berupaya menyelaraskan dirinya agar tidak tertinggal oleh globalisasi, tentu dengan menyaring kebaikan-kebaikan yang dapat direlevansikan dengan karya pewartaan. Dokumen Konsili Vatikan II dalam artikel *Inter Mirifica* mengajak umat beriman memanfaatkan sarana komunikasi modern untuk karya pewartaan dan penggembalaan Gereja. Ensiklik *Evangelii Nuntiandi*, art. 45 juga menegaskan bahwa "Gereja akan merasa bersalah di hadapan Kristus bila gagal menggunakan media untuk evangelisasi". Paus Benediktus XVI dalam pesan hari komunikasi ke 44 menegaskan bahwa penggunaan teknologi komunikasi, baru-baru ini sangatlah perlu, khususnya dalam menjawab secara tepat tantangan-tantangan yang dirasakan kaum muda di tengah pergeseran dunia dewasa ini. Dengan demikian tidak menutup kemungkinan bahwa media Instagram dapat dimanfaatkan sebagai media

pewartaan digital, dan memang saat ini sudah banyak akun-akun Kristiani yang mengunggah foto maupun video inspiratif sebagai karya pewartaan Kristus baik akun perseorangan maupun komunitas Kristiani.

Disini penulis ingin membahas lebih dalam mengenai keduanya dalam karya ilmiah ini, yakni “PENGARUH INSTAGRAM TERHADAP KETERLIBATAN ORANG MUDA KATOLIK DALAM HIDUP MENGGEREJA” khususnya di Paroki Santo Pius X Blora. Adapun tujuan karya ilmiah yang hendak dicapai adalah; memahami pengertian atau definisi, sejarah, manfaat atau peran, pengaruh, cara penggunaan dan peraturan penggunaan media Instagram, menganalisa penggunaan media Instagram di tengah Orang Muda Katolik di Paroki Santo Pius X Blora, menemukan dampak akun Instagram Orang Muda Katolik di Paroki Santo Pius X Blora bagi keterlibatan OMK dalam hidup menggereja.

Selama ini, media Instagram telah menjadi keseharian bagi para kaum muda, begitu pula bagi para kaum muda Katolik dalam komunitasnya. Bahkan sudah banyak komunitas kepemudaan Paroki maupun Stasi yang memiliki akun Instagram dalam mempromosikan komunitasnya maupun berbagai kegiatan di komunitas tersebut. Mulai dari mengunggah foto atau video kegiatan mereka di *story* Instagram ataupun foto atau video kegiatan tersebut di Profil Instagram mereka. Dengan begitu, secara tidak langsung mereka ikut andil dalam karya pewartaan Kristus. Karya pewartaan Kristus memang harus senantiasa disebar ke seluruh dunia, terkhusus bagi mereka yang rindu akan kasih dan keadilan. Dengan media Instagram ini tentu diharapkan karya pewartaan tersebut semakin tersebar luas dengan begitu mudahnya, mengobarkan iman para pengguna akun itu sendiri maupun para pengguna lain melalui *posting-an* inspiratif dari akun Komunitas OMK tersebut.

PEMBAHASAN

Media Sosial Digital dan Instagram

Media sosial digital adalah sebuah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, sosial network atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Terdapat beberapa manfaat yang dapat

dinikmati oleh pengguna media sosial digital, antara lain dapat memperluas interaksi sosial manusia, mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (*one to many*) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audience (*many to many*), mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi, dan mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri, bahkan saat ini tidak sedikit orang yang menggunakan media sosial sebagai tempat promosi bisnis mereka.

Rulli Nasrullah (2015:14) menjelaskan bahwa terdapat beberapa jenis media sosial digital yakni media jejaring sosial (*Social Networking*), jurnal online (*Blog*), jurnal online sederhana (*Microblog*), media berbagi (*Media sharing*), penanda sosial (*Social Bookmarking*), dan media konten bersama atau Wiki. Menurut penelitian yang dilakukan *We Are Social* pada 30 Januari 2018, perusahaan media asal Inggris yang bekerja sama dengan Hootsuite, rata-rata orang Indonesia menghabiskan waktu tiga jam 23 menit dalam sehari untuk mengakses media sosial. Pada 19 September – 4 Oktober 2019, Litbang Kompas juga menyelenggarakan survey penggunaan media sosial. Dalam hasil survey jenis media apa saja yang biasa diakses, sebanyak 50,8% responden menjawab “Ya” atas pilihan jawaban mengakses media sosial dari 49,2% yang menjawab “Tidak” (Harian Kompas, 21 Nov 2019 hal. A). Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi alat sosialitas primadona bagi semua kalangan dan usia secara khusus instagram.

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri (Atmoko, 2012:4). Sebagai media sosial digital, instagram memiliki beberapa fitur canggih yang dapat dimainkan penggunaannya, yakni *follow*, *like*, *comment*, *mention/tag*, tagar, *insta story*, *caption*, siaran langsung, *bookmark*, IG TV, *search*, dan *share*. Sebagaimana media sosial pada umumnya, instagram juga menawarkan berbagai manfaat, antara lain:

1) memperluas relasi komunikasi dan interaksi online,

- 2) mencari informasi, berita, dan pengetahuan baru,
- 3) sebagai hiburan di waktu luang,
- 4) sarana promosi dan pengembangan bisnis,
- 5) sarana berbagi cerita atau tips,
- 6) tempat mengekspresikan diri,
- 7) tempat mencari jodoh, dan
- 8) sarana popularitas diri.

Suatu postingan di instagram yang memiliki banyak *like* dan komentar mengindikasikan bahwa konten tersebut menarik sehingga memungkinkan disukai banyak orang dan mengarah pada penyebaran informasi yang ditawarkan. Apabila terjadi penyebaran informasi mengenai konten yang menarik tersebut, maka hal ini bisa mendorong adanya pengguna-pengguna lain yang ikut tertarik dan kemudian juga mengikuti akun tersebut. Hal inilah yang disebut *engagement online*. *Engagement online* dapat didefinisikan sebagai respon dari pengguna instagram yang dikategorikan interaktif pada suatu konten dengan memberikan *like* maupun komentar.

Berbagai keuntungan ditawarkan instagram melalui adanya fitur-fitur yang dapat dimainkan. Akan tetapi, di setiap dampak positif yang ditawarkan, pasti ada dampak negatif yang mengancam. Beberapa dampak positif penggunaan instagram ialah menjadi alat yang dapat menghibur saat waktu luang, mempermudah penyebaran informasi, mempermudah komunikasi, memperluas pertemanan dan menjadi salah satu sumber inspirasi. Sedangkan dampak negatifnya ialah mengundang kriminalitas dan *bullying*, menimbulkan sikap individualisme, menimbulkan sikap konsumtif, menimbulkan anggapan media sosial sebagai ukuran gaul atau tidaknya seseorang.

OMK dan Keterlibatannya dalam Hidup Menggereja

Menurut Pedoman Karya Pastoral Kaum Muda (PKPKM) yang dikeluarkan Komisi Kepemudaan KWI, OMK adalah mereka yang berusia 13-35 tahun dan belum menikah. Rentang usia ini ditujukan kepada para muda-mudi yang sedang duduk di bangku SMP hingga sudah kuliah ataupun bekerja dengan syarat belum menikah. Memasuki era globalisasi dimana segala kecanggihan dengan mudah dapat digenggam, OMK sebagai orang muda pada umumnya terkadang tidak dapat melepaskan diri dari pergulatan kemudaannya.

Upaya menemukan jati diri kerap menjerumuskan mereka ke sebuah pergulatan pribadi yang hebat. Sebagai contoh nyata ialah banyaknya para OMK yang mulai tidak peduli terhadap tugas pelayanan sebagai anggota Gereja. Hal tersebut menumbuhkan sikap individualisme dalam kehidupan bermasyarakat.

Ecclesia semper reformanda yang berarti Gereja harus selalu memperbaharui dirinya, ini bukanlah pilihan melainkan keharusan. Tidak dapat dipungkiri bahwa generasi muda menjadi alat utama bagi Gereja dalam membaharui diri. Pesan para Paus kepada orang muda sejak Paus Yohanes Paulus II hendak menampilkan bahwa Gereja tidak hanya memandang kaum muda sebagai sekelompok orang dari sebuah tahapan usia saja melainkan sebuah kenyataan yang menjadi masa depan Gereja kelak. Kaum muda yang kritis, bersemangat, penuh sukacita serta kaya akan kreatifitas menjadi cita-cita yang harus dibangun oleh Gereja (Yohanes Dwi Harsanto, 2018).

Dalam hidup menggereja, OMK tidak hanya menjadi jemaat yang datang ke gereja lalu pulang, tetapi lebih dari itu, tiap pribadi OMK dikarunia panggilan dalam dirinya untuk menanggapi tugas perutusan. Tugas perutusan yang paling sederhana yang dapat dilakukan oleh OMK ialah menyadari dan mewujudkan tanggungjawabnya untuk ambil bagian dalam hidup menggereja. Keterlibatan tersebut menjadi perwujudan atas iman mereka (Dewan Karya Pastoral KAS, 2014:47). OMK dapat menyalurkan keterlibatannya dalam berbagai bentuk kegiatan. Kegiatan tersebut dibagi menjadi dua kategori yakni kegiatan lingkup internal dan kegiatan lingkup eksternal. Kegiatan lingkup internal antara lain: retreat kaum muda, rekoleksi, Ekaristi kaum muda, pendalaman iman atau katekese kaum muda dan ziarah. Sedangkan, kegiatan lingkup eksternal antara lain: kegiatan kemasyarakatan (bakti sosial, panitia HUT RI, dll), *Live-in*, anjagsana dan widyawisata

Terdapat beberapa faktor yang memberi dorongan kepada kaum muda dalam menjawab panggilan perutusannya. Faktor tersebut antara lain: keluarga yang berperan dalam mendampingi perkembangan iman anak dan mendukung mereka mengikuti kegiatan menggereja, lingkungan masyarakat yang sehat, pendamping OMK yang menjadi sahabat bagi tiap anggota dan terbuka dalam tiap

permasalahan serta keinginan kaum muda sehingga mereka merasa disapa dan diakui keberadaannya terutama bagi mereka yang mulai berusaha menjauh dari Gereja, anggota OMK lain khususnya lawan jenis, serta pastor paroki yang juga menjadi sahabat bagi OMK dan terbuka dalam setiap permasalahan pribadi maupun kebutuhan komunitas itu sendiri. Beberapa faktor pendukung tersebut tidak menutup kemungkinan juga dapat menjadi faktor penghambat para OMK dalam menumbuhkan semangat perannya. Situasi ekonomi maupun komunikasi dalam keluarga yang buruk juga dapat menghambat pertumbuhan iman remaja. Adanya tuntutan pekerjaan maupun kegiatan sekolah juga menyita banyak waktu para remaja, ditambah dengan dunia pergaulan remaja yang buruk sehingga membawa ke dalam jurang kehancuran. Faktor geografi yang menjauhkan jarak para OMK dengan Gereja bahkan faktor komunikasi yang buruk antar OMK dengan para tokoh penting di Gereja yang kerap menimbulkan perbedaan pendapat juga menjadi penghambat. Serta gadget yang semakin merebut perhatian para kaum muda. Namun secara umum hambatan dalam diri menjadi tantangan utama bagi para kaum muda, seperti rasa rendah diri/minder dan malas.

Instagram dan OMK

Penggunaan media sosial sudah menjadi kebutuhan penting bagi tiap individu saat ini. Kemajuan zaman membuat Gereja juga harus melahirkan inovasi baru demi tetap tersiernya karya keselamatan di berbagai penjuru dunia. Hal ini dijelaskan melalui dokumen *Inter Mirifica* yang membahas perihal upaya pemanfaatan media komunikasi sosial sebagai media pewartaan sosial. Paus Paulus VI bahkan mengatakan bahwa Gereja akan merasa bersalah terhadap Tuhan jika tidak memanfaatkan sarana pewartaan tersebut (*Evangelii Nuntiandi* n.45). Instagram sebagai salah satu media yang terhubung dengan internet menawarkan konten yang juga digemari oleh para kaum muda, tidak menutup kemungkinan juga bagi para kaum muda Katolik. Saat ini banyak akun rohani maupun akun komunitas rohani Gereja yang memanfaatkan instagram sebagai media pewartaan. Situasi ini memberikan ruang bagi kaum muda Kristiani untuk saling memperluas

relasi, saling berbagi pengalaman, dan saling memberi inspirasi dalam melayani.

Sebagai media buatan manusia dan digunakan oleh manusia, instagram dapat menjadi peluang sekaligus ancaman bagi Gereja. Peluang yang dapat dimanfaatkan antara lain mempermudah penyebaran informasi terkait kegiatan kepemudaan Gereja, mempermudah komunikasi antar OMK separoki maupun antar paroki, memperluas pertemanan dengan teman muda Kristiani lainnya, dan memberikan inspirasi bagi OMK lainnya untuk ikut terlibat melalui postingan kegiatan. Sedangkan, ancaman yang ditimbulkan antara lain mengundang *bullying* bagi OMK yang tidak aktif dan menimbulkan sikap individualisme, khususnya saat ada perkumpulan OMK.

OMK Paroki Santo Pius X Blora

Komunitas OMK Blora menjadi wadah bagi para kaum muda untuk ambil bagian dalam pelayanan di Gereja. Saat ini, OMK Paroki Blora yang masih aktif berjumlah sekitar 70-80 orang (gabungan misdinar & anak-anak asrama dari Timur yang bersekolah di Blora) dengan pendampingnya, Mas Kris. Menurut beliau, OMK Blora memiliki kelebihan dimana mereka saling membutuhkan satu sama lain sehingga relasi antar anggota terjalin dengan begitu hangat. Meskipun terkadang tidak jarang terdapat gesekan-gesekan kecil antar teman, namun itu tidak membuat mereka berhenti melayani Gereja. OMK Blora menjadi tulang punggung dalam setiap kegiatan Gereja. Hal inilah yang menjadi penyebab relasi antar OMK terjalin akrab dan kompak bahkan terkadang tanpa karena ada kegiatan Gereja. Setiap minggu mereka berkumpul untuk sekedar malam mingguan bersama. Hal ini mereka lakukan untuk semakin mempererat relasi.

OMK Paroki Blora memiliki akun instagram bernama “omkpius10” dengan sdr. Brigita Viona Galuh (biasa dipanggil Vio) sebagai pendirinya. Menurutnya, akun instagram tersebut dibuat pada tahun 2016 dengan tujuan awal antara lain mengikuti perkembangan jaman tentunya, ingin mengekspose kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh OMK Blora, sebagai “ajang pamer”, supaya menjadi inspirasi bagi OMK lainnya dalam menghidupi iman dan pelayanan, dan memberi ruang keakraban,

secara khusus bagi anggota OMK yang kurang aktif. Saat ini, *followers* instagram OMK Blora sebanyak 525 akun dan telah mem-*posting* foto serta video sebanyak 192 *feed*. Terdapat berbagai jenis foto serta video yang di-*posting* di instagram OMK Blora, diantaranya adalah dokumentasi pelayanan Liturgi (koor, tata laksana, Lektor, Visualisasi Jumat Agung), kegiatan kepemudaan (IYD 2016 Vikep Cepu, AYD, temu misdinar & OMK se-kevikepan, Festival Karya OMK se-kevikepan Cepu, Mupas), kegiatan kepanitiaan *event* Gereja (Natal, Paskah, Ulang tahun Gereja, Pesta tahun baru, HUT RI, *Talk Show* PEMILU), kegiatan pendalaman iman (mengajar BIAK, APP, BKS, pertemuan Adven, tuguran, Ziarah rohani, Ekaristi kaum muda, Rekoleksi pendamping BIAK), kegiatan kebersamaan (Latihan Koor, rapat rutin, cover lagu, olahraga bersama), dan kegiatan kemasyarakatan (SOLASI-Safari OMK ke Lingkungan dan Stasi, Bakti sosial).

METODE PENELITIAN

Metode yang akan digunakan dalam penelitian karya ilmiah ini ialah metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui (Margono, 2000). Teknik pengumpulan data yang hendak digunakan ialah kuesioner melalui layanan *google form*.

HASIL PENELITIAN

Pemahaman Mengenai Media Sosial Digital dan Instagram

Berdasarkan hasil analisis data penelitian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memahami jenis-jenis media sosial digital. Hal ini dibuktikan dari hasil data penelitian, dimana sebanyak 70 (100%) responden mampu menunjukkan jenis-jenis media sosial digital, diantaranya Instagram oleh sebanyak 70 (100%) responden, *Facebook* oleh sebanyak 68 (97,11%) responden, dan *Youtube* oleh sebanyak 66 (94,3%) responden. Secara umum, sebagian besar responden juga mampu menyebutkan manfaat dari media sosial. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan dari 70 (100%) responden yang sebagian besar merasakan salah satu manfaat tersebut, yaitu untuk memperluas interaksi sosial oleh sebanyak 69 (98,6%) responden.

Dari hasil analisis data tentang pertanyaan mengenai definisi media sosial instagram, sebagian besar responden menjawab bahwa media sosial instagram adalah aplikasi bersosial media. Pernyataan ini diungkapkan oleh sebanyak 65 (92,9%) dari total 70 responden. Dalam waktu sehari, kebanyakan dari responden menggunakan waktunya untuk mengakses instagram kurang dari 1 jam. Pernyataan ini diungkapkan sebanyak 19 (27,1%) dari total 70 responden. Instagram memiliki fitur-fitur yang dapat dimainkan penggunaannya. Sebagian besar responden lebih sering menggunakan fitur *follow*/mengikuti. Pernyataan ini diungkapkan oleh 54 (77,1%) dari total 70 responden. Instagram memiliki berbagai manfaat yang ditawarkan kepada penggunaannya, salah satunya sebagai media hiburan. Pernyataan ini diungkapkan oleh 66 (94,3%) dari 70 (100%) responden secara keseluruhan.

Pemanfaatan Instagram di Tengah Orang Muda Katolik Paroki St. Pius X Blora

Dari hasil analisis data, diketahui bahwa seluruh responden 70 (100%) responden merupakan *followers* akun instagram “omkpius10” dari 525 *followers* lainnya. Bahkan sebagian besar responden dapat menyebutkan usia akun instagram tersebut dengan benar yakni sekitar 3 – 4 tahun. Hal ini dibuktikan dengan jawaban 36 (52,2%) responden dari 69 (98,6%) responden yang memberi jawaban. Namun kebanyakan dari responden ternyata tidak mengenal sama sekali seseorang yang berkarya di balik akun tersebut. Pernyataan ini diungkapkan oleh sebanyak 34 (43,9%) dari total 70 responden. Akan tetapi justru sebagian besar responden dapat menyebutkan salah satu tujuan awal pembuatan akun tersebut dengan benar, yakni untuk menyebarluaskan informasi kegiatan OMK. Hal ini disebutkan oleh sebanyak 65 (92,9%) responden. Menurut penilaian sebagian besar responden frekuensi postingan di akun OMK terbilang cukup sering, yang diungkapkan oleh sebanyak 32 (46,4%) responden.

Terdapat beberapa jenis foto atau video yang di-*posting* di akun instagram “omkpius10”, diantaranya kegiatan kebersamaan OMK oleh sebanyak 63 (90%) responden, kegiatan rohani OMK oleh sebanyak 53 (75,7%) responden, dan tugas pelayanan Liturgi oleh sebanyak 49 (70%)

responden. Sayangnya, sebagian besar responden mengaku jarang memberi tanggapan terhadap postingan di akun tersebut. Pernyataan ini diungkapkan oleh sebanyak 30 (42,9%) dari total 70 responden yang jarang memberikan *like*, *comment* maupun *men-share* postingan di akun OMK. Meskipun begitu, sebagian besar responden memiliki motivasi/alasan dalam mengikuti akun tersebut, yakni supaya tidak ketinggalan berita atau info kegiatan OMK Blora oleh sebanyak 56 (81,2%) responden.

Hasil analisis data penelitian juga mengungkapkan bahwa sebagian besar responden telah menjadi *followers* selama 1 – 2 tahun. Pernyataan ini diungkapkan oleh 31 (44,3%) dari total 70 responden. Dalam kurun waktu tersebut, sebagian besar responden menilai postingan di akun “omkpius10” terbilang baik. Pernyataan ini diungkapkan oleh sebanyak 29 (41,9%) responden menilai postingan di akun OMK menarik, 19 (21,7%) responden menilai postingan cukup menarik, dan 16 (22,9%) responden menilai postingan sangat menarik. Kesan yang baik tersebut memberikan pengaruh positif bagi sebagian besar responden. Dapat diamati sebanyak 28 (40%) responden menjawab bahwa postingan di akun instagram OMK cukup menginspirasi, 26 (31,7%) responden lainnya menjawab postingan menginspirasi, dan sebanyak 12 (17,1%) responden merasa postingan sangat menginspirasi. Dalam kaitan dengan pengaruh positif yang dirasakan tersebut, secara lebih spesifik diungkapkan bahwa sebagian besar responden merasakan beberapa dampak positif, diantaranya 67 (95,7%) responden dapat mengetahui berbagai kegiatan OMK paroki St. Pius X Blora, 53 (75,7%) responden dapat memelihara dan memperluas relasi dengan teman muda katolik, dan 43 (61,4%) responden merasa termotivasi untuk ambil bagian dalam kegiatan OMK. Akan tetapi dibalik itu semua, sebagian besar responden juga merasakan beberapa dampak negatif dari postingan di akun instagram OMK, salah satunya sebanyak 36 (57,1%) responden merasa minder karena tidak berperan.

Pengaruh Instagram terhadap Keterlibatan Orang Muda Katolik di Paroki St. Pius X Blora dalam Hidup Menggereja

Dari hasil analisa data diungkapkan bahwa postingan di akun instagram “omkpius10” berpengaruh positif terhadap

keterlibatan sebagian besar responden dalam hidup menggereja. Hal ini diungkapkan oleh sebanyak 37 (52,9%) responden mengatakan setuju dengan pernyataan bahwa postingan di akun instagram “omkpius10” berpengaruh positif terhadap keterlibatan OMK dalam hidup menggereja. Mayoritas atau 39 (55,7%) responden juga mengungkapkan bahwa postingan di akun instagram “omkpius10” dapat menjadi pemikat bagi OMK untuk semakin terlibat aktif dalam hidup menggereja. Dalam data lainnya juga diungkapkan bahwa sebanyak 41 (59,4%) responden menilai bahwa postingan di akun instagram “omkpius10” dapat semakin mempererat tali persaudaraan responden antar anggota OMK paroki. Selain itu, sebanyak 34 (49,3%) responden juga mengungkapkan bahwa postingan di akun instagram “omkpius10” dapat menjadi daya tarik bagi OMK yang selama ini kurang aktif supaya lebih aktif terlibat dalam hidup menggereja.

Berkaitan dengan analisa data mengenai pengaruh instagram khususnya akun instagram “omkpius10” terhadap keterlibatan responden dalam hidup menggereja, dapat diamati sebanyak 54 (79,4%) responden merasa ingin semakin terlibat dalam kegiatan Gereja, 51 (75%) responden terdorong untuk terus berkreasi dan tidak diam, 50 (73,5%) responden merasa ingin semakin mengakrabkan diri dengan anggota OMK paroki, 43 (63,2%) responden yang kurang terlibat merasa ingin mulai terlibat dalam hidup menggereja, dan 29 (42,6%) responden merasa imannya diteguhkan.

KESIMPULAN

Pemahaman Mengenai Media Sosial Digital dan Instagram

Dari hasil analisa data penelitian, sebagian besar responden memiliki pemahaman yang baik mengenai media sosial digital khususnya instagram. Responden dapat mengelompokkan jenis-jenis media yang termasuk dalam media sosial digital. Manfaat media sosial digital yang cukup besar dirasakan pengguna instagram ialah untuk memperluas interaksi sosial. Seluruh responden merupakan pengguna instagram, sehingga mereka mampu memahami definisi aplikasi tersebut. Menurut pemahaman dan pengalaman dalam mengakses, responden mengungkapkan bahwa aplikasi instagram

merupakan aplikasi bersosial media. Namun responden hanya menghabiskan waktunya dalam sehari untuk mengakses instagram kurang dari 1 jam. Hal ini kemungkinan dikarenakan banyaknya jenis media sosial yang ditawarkan sehingga waktu para penggunanya terbagi. Instagram memiliki berbagai fitur yang dapat dimainkan penggunanya, diantaranya *follow*, *like*, *comment*, *share*, DM (*direct message*), *post*, *insta story*, *mention*, *live*, IGTV, dan sebagainya. Berbagai hiburan yang ditawarkan ini juga menjadi alasan sebagian besar responden menggunakan media sosial tersebut.

Pemanfaatan Instagram di Tengah Orang Muda Katolik Paroki St. Pius X Blora

OMK paroki St. Pius X Blora memiliki akun instagram yang bernama “omkpius10” dimana seluruh responden merupakan *followers* akun tersebut. Akun instagram tersebut telah berdiri selama 3 tahun sebagaimana yang juga dipahami responden dari mengamati waktu pada postingan pertama. Akan tetapi, sebagian besar responden tidak mengenal sama sekali pembuat akun tersebut. Namun dibalik itu, sebagian responden mampu memahami tujuan awal pembuatan akun tersebut, yakni untuk menyebarluaskan informasi kegiatan OMK sebagaimana mereka rasakan manfaatnya sebagai *followers* akun tersebut. Sebagai *followers* dari akun instagram OMK, seluruh responden tentu mengikuti aktivitas dari akun tersebut melalui postingan yang dibagikan. Menurut responden, akun tersebut terbilang cukup sering mem-posting foto maupun video setidaknya setiap bulan. Salah satu jenis foto atau video yang diposting di akun tersebut adalah kegiatan kebersamaan OMK. Akan tetapi sebagian responden mengaku jarang memberi tanggapan melalui fitur *like*, *comment* maupun *share*. Meskipun begitu, para responden memiliki motivasi dalam mengikuti akun OMK, diantaranya supaya tidak ketinggalan berita atau info kegiatan OMK Blora.

Sebagian besar responden telah mengikuti akun tersebut selama 1 – 2 tahun dari usia akun yang berdiri selama 3 tahun. Sebagai pengikut akun OMK yang sudah cukup lama, responden menilai bahwa postingan di akun tersebut menarik dan cukup menginspirasi. Dampak positif yang paling dirasakan responden adalah mampu mengetahui berbagai kegiatan OMK paroki St.

Pius X Blora. Akan tetapi dibalik itu, terdapat dampak negatif yang juga dialami responden. Dampak negatif tersebut adalah membuat responden merasa minder dikarenakan tidak ikut berperan.

Pengaruh Instagram terhadap Keterlibatan Orang Muda Katolik di Paroki St. Pius X Blora dalam Hidup Menggereja

Berbagai manfaat ditawarkan oleh media sosial instagram, secara khusus akun instagram “omkpius10” bagi para pengikutnya. Akun instagram “omkpius10” telah memberikan beberapa pengaruh positif yang cukup besar dirasakan oleh pengikutnya. Hal ini dibuktikan dengan tanggapan responden yang setuju dengan pernyataan bahwa postingan di akun instagram “omkpius10” berpengaruh positif terhadap keterlibatan responden dalam hidup menggereja, dalam menjadi pemikat responden untuk ambil bagian dalam hidup menggereja, dalam mempererat tali persaudaraan responden dengan antar anggota separoki, dan menjadi daya tarik bagi OMK yang selama ini kurang aktif supaya lebih aktif terlibat dalam hidup menggereja. Hal ini menunjukkan bahwa akun instagram OMK memiliki peran penting dalam menumbuhkan semangat pelayanan para anggotanya. Pengaruh positif yang paling dirasakan responden adalah membuat OMK semakin akrab dan tentunya terlibat dalam kegiatan menggereja. Pengaruh positif ini kemungkinan besar tumbuh karena dampak negatif yang dirasakan beberapa responden, yang mana merasakan minder karena tidak berperan. Perasaan minder tersebut justru bukan menjadi penghalang para responden untuk terpanggil, namun menjadi motivasi dan tantangan untuk mulai bangkit.

DAFTAR PUSTAKA

- _____., 1995, *Katekismus Gereja Katolik*. Indonesia: Amoldus, Ende.
- _____., 1974, *Alkitab Deuterokanonika*. Jakarta: LAI.
- _____., 1983, *Dokumen Konsili Vatikan II* (Hardawiryana, R Penerjemah). Jakarta: OBOR.
- Amanda, Santoso., 2017, “Pengaruh Konten Post Instagram terhadap Online Engagement: Studi Kasus pada Lima Merek Pakaian Wanita”, Vol. 6 No. 1, Surabaya.

- Azlina, Annisa., 2015, “Pengaruh Aktivitas pada Instagram terhadap Sikap Mahasiswi Pengguna Instagram Di Bandung (Studi Pada Instagram Fashion Blogger Sonia Eryka)”, Vol. 2 No. 2, Bandung.
- Beding, Marcel., 1992, Ensiklik *Redemptoris Missio*. Ende: Nusa Indah.
- Diana, Lady., 2018, “Pemanfaatan Teknologi Internet Menggunakan Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi dan Promosi pada MIN 18 Jakarta”, Vol. 2 No. 1, Jakarta.
- Ghony, Djunaidi., 2009, *Metodologi Pendidikan Pendekatan Kuantitatif*. Malang: Malang Press.
- Ma'ruf, Ali., 2017, “Analisa Penggunaan Instagram Sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk”, Yogyakarta.
- Mangunhardjana., 1986, *Pendampingan Kaum Muda*. Yogyakarta: Kanisius.
- Monanda, Rizka., 2017, “Pengaruh Media Sosial Instagram @Awkarin terhadap Gaya Hidup Hedonis di Kalangan Followers Remaja”, Vol. 4 No. 2, Riau.
- Purwatma, Mateus., 2016, “Internet dan Pewartaan dalam Pesan Paus untuk Hari Komunikasi Sedunia 2002-2016”, Vol. 25 No.1.
- Robert, Crapps., 1994, *Perkembangan Kepribadian dan Keagamaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Susanti, Agustina., (21 November 2019), *Bermedsos tak Sekadar Mengejar Follower*. Jakarta: Kompas.
- Tangdilintin, Philips., 1984, *Pembinaan Generasi Muda: Visi dan Latihan*. Jakarta: OBOR.
- Tangdilintin, Philips., 2008, *Pembinaan Generasi Muda dengan Proses Manajerial VOSRAM*. Yogyakarta: Kanisius.
- Taniredja, Tukiran., 2014, *Penelitian Kuantitatif: Sebuah Pengantar*. Bandung: Alfabeta.