

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM BAGI KEAKTIFAN ORANG MUDA KATOLIK DALAM HIDUP MENGGEREJA DI PAROKI SANTO PAULUS BOJONEGORO

Hendri Triawan, Albert I Ketut Deni Wijaya*)
hendriawan1991@gmail.com

*)Penulis korespondensi, albert.deni@widyayuwana.ac.id

Abstract

Instagram is one of the most popular digital social media and is widely used by children to adults. Young Catholics of Saint Paul Parish Bojonegoro use Instagram as a means of communication and interaction with others. This study aims to determine the influence of Instagram of young Catholics of Bojonegoro on involvement in church life. The study used a quantitative method with a random sampling technique. Data collection used Google Form. The respondents numbered 115 people, namely members of the young Catholics of Saint Paul Parish Bojonegoro who were unmarried, and aged between 13-35 years. Based on the results of the study, this Instagram account often uploads content in the form of activities with young Catholics, spiritual activities, liturgical service tasks, and covers of spiritual songs. These posts provide benefits for their followers in obtaining information and inspire them to be more actively involved in Church life.

Keywords: *Instagram; young Catholics; Saint Paul Parish Bojonegoro; involvement; Church life*

I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong cara hidup manusia menjadi semakin canggih dan modern. Teknologi ini telah mengubah kehidupan manusia, yang kini semakin dipengaruhi oleh berbagai kebutuhan elektronik sebagai media komunikasi dan informasi tanpa batas ruang dan waktu (Komisi Kateketik KWI, 2015:38). Perkembangan ini dapat dilihat dalam dua aspek, yaitu teknologi informasi dan teknologi komunikasi. Teknologi informasi mencakup segala hal yang berkaitan dengan proses, penggunaan, manipulasi, dan pengelolaan informasi. Sedangkan teknologi komunikasi berfokus pada penggunaan alat untuk memproses dan mentransfer data antar perangkat. Yohanes Paulus II menegaskan bahwa Gereja dipanggil tidak hanya untuk menggunakan media massa dalam penyebaran Injil, tetapi juga untuk mengintegrasikan pesan-pesan keselamatan ke dalam

kebudayaan baru (Iswarahadi, 2017:47).

Dari kemajuan teknologi yang ada, manusia seharusnya semakin bersyukur atas kasih dan karunia Allah yang menciptakan sesuai dengan gambar-Nya, memberikan akal budi, serta martabat tertinggi di bumi ini. Oleh karena itu, komunikasi adalah bagian dari rencana Allah bagi manusia untuk menjalin persahabatan dengan sesama. Hal ini tercermin dalam dua kisah Alkitab, yaitu Kain dan Habel serta Menara Babel (bdk. Kej 4:4-16; 11:1-9). Komunikasi menjadi bagian dari pewartaan kebenaran yang asli dan absolut, yang harus dipertanggungjawabkan. Dalam hal ini, Paus Paulus VI pada tahun 1972 mengangkat tema "Komunikasi Sosial demi Pelayanan Kebenaran."

Peneliti ingin membahas tentang bentuk media komunikasi sosial dalam pewartaan, khususnya bagi remaja yang menggunakan media sosial seperti Instagram, di Paroki Santo Paulus Bojonegoro. Melihat perkembangan zaman yang semakin maju, Gereja perlu berperan aktif dalam pewartaan melalui media sosial. Orang Muda Katolik, sebagai harapan masa depan Gereja dan masyarakat, berada dalam posisi yang tidak menentu. Di satu sisi, kehadiran media komunikasi seperti Instagram menguntungkan kaum muda, memungkinkan mereka untuk mewujudkan cita-cita dan memperluas relasi dengan orang lain. Namun, di sisi lain, media sosial juga membuat kaum muda kesulitan mencari makna identitas mereka sendiri dan menghadapi berbagai persoalan hidup, termasuk krisis iman akibat dampak perkembangan globalisasi.

Oleh karena itu, Gereja memiliki misi untuk membagikan kabar sukacita kepada umat manusia. Misi keselamatan Gereja akan terwujud melalui komunikasi jejaring sosial di dunia maya. Dengan menggunakan website yang dirancang dan dibuat oleh Gereja setempat, umat dapat dengan mudah mengakses informasi tentang ajaran Gereja dan berbagai kegiatan di paroki. Hal ini memastikan bahwa umat tidak ketinggalan dalam mengikuti perkembangan dan informasi kegiatan Gereja.

Munculnya Instagram sebagai platform media sosial telah menjadi sebuah terobosan baru bagi Gereja dalam menyebarkan ajaran Kristus Yesus, yang dapat diakses oleh siapa saja, di mana saja. Berangkat dari latar belakang tersebut, maka peneliti ingin mendalami tentang pengaruh media sosial instagram terhadap keaktifan orang muda katolik dalam hidup menggereja di Paroki Santo Paulus, Bojonegoro. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi Orang Muda Katolik untuk menggali lebih dalam potensi dan bakat mereka dalam kehidupan beragama, khususnya dalam konteks hidup menggereja, terutama di era perkembangan teknologi yang semakin pesat saat ini. Selain itu, penelitian ini bertujuan agar para responden dapat lebih menyadari dan menghayati manfaat media sosial sebagai sarana pewartaan ajaran Kristus.

II. PEMBAHASAN

2.1 Instagram

Instagram adalah salah satu media sosial yang sangat populer di dunia, termasuk di Indonesia, dengan jutaan anggota dari berbagai jenis akun. Aplikasi ini pertama kali hadir untuk smartphone berbasis *Android*, *iOS*, dan *Windows Phone*, dan kini juga dapat diakses melalui komputer. Umumnya, orang-orang menggunakan Instagram untuk berbagi foto dan video dengan sesama pengguna. Hal ini membedakan Instagram dari banyak aplikasi media sosial lainnya yang lebih fokus pada berbagi kata-kata atau status.

2.2 Sejarah dan Perkembangan Instagram

Kevin Systrom dan Mike Krieger adalah orang yang menciptakan Instagram. Instagram mulai berkembang pada tahun 2010 di Indonesia dan kini menjadi salah satu aplikasi sosial yang sangat populer di kalangan pengguna *smartphone*. Kata "Instagram" sendiri diambil dari dua kata: "*Insta*" yang berasal dari kata "instan," yang mengacu pada kamera Polaroid yang dikenal dengan foto instannya, yang dapat menampilkan foto secara langsung dan cepat. Sementara itu, kata "*gram*" berasal dari kata "telegram," yang merujuk pada cara kerja telegram yang digunakan untuk mengirimkan informasi dengan cepat. Hal ini serupa dengan Instagram, yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan informasi secara cepat kepada orang lain.

Hadirnya Instagram sangat membantu banyak orang untuk berbagi foto, video, dan informasi kapan saja dan di mana saja dengan cara yang sangat simpel dan praktis. Menurut Tila Mahendra (2017:37-38), salah satu keunggulan Instagram selain memungkinkan interaksi dengan orang lain melalui berbagi foto adalah fitur filter yang dapat mempercantik foto yang diambil oleh penggunanya. Instagram memiliki berbagai fitur yang dapat digunakan oleh penggunanya, namun banyak yang jarang menyadari bahwa fitur-fitur tersebut sangat berguna. Beberapa fitur tersebut antara lain *Direct Message* (DM), pengaturan filter, melihat postingan yang telah disukai, mengikuti *feeds*, berbagi foto langsung dari *feeds*, dan *push notifications*.

2.3 Pengertian dan Sejarah Orang Muda Katolik

Dalam buku *Sahabat Sepeziarahan* (Komisi Kepemudaan KWI, 2014:17-18), Orang Muda Katolik didefinisikan sebagai individu yang berusia antara 13 hingga 35 tahun, yang telah dibaptis atau diterima dalam Gereja Katolik, serta belum menikah. Kaum muda, dengan rentang usia 15 hingga 24 tahun, berada dalam tahap perkembangan yang meliputi pertumbuhan mental, emosional, sosial, moral, serta religius (Shelton, 1987:9). Gereja tidak hanya melihat kaum muda Katolik sebagai kelompok yang terbatas pada kategori atau wilayah tertentu,

melainkan sebagai komunitas yang mencakup seluruh kaum muda dari berbagai latar belakang. Kaum muda ini memiliki banyak potensi dan kemampuan, penuh semangat, memiliki cita-cita dan harapan, serta pengetahuan yang cukup memadai.

Secara lebih spesifik, Orang Muda Katolik merujuk pada kaum muda, baik laki-laki maupun perempuan, yang berusia 13 hingga 35 tahun, terutama yang belum menikah dan berada di paroki-paroki atau stasi-stasi Gereja Katolik. Gerakan Orang Muda Katolik pertama kali muncul di Keuskupan Bogor pada tahun 1974 dan diterima lebih luas pada tahun 1985, seiring dengan diterbitkannya UU Ormas yang memberikan wadah baru bagi kaum muda Katolik di wilayah teritorial. Pada tahun 2005, muncul istilah baru, yaitu OMK, yang bertujuan untuk menyegarkan dan membangkitkan kembali semangat kaum muda Katolik pada masa itu. Selama periode proklamasi kemerdekaan dan masa-masa kritis pada tahun 1965-1966, OMK berperan penting dalam masyarakat dan Gereja. Mereka tidak hanya mempersiapkan diri untuk Gereja, tetapi juga berperan sebagai agen perubahan yang turut menciptakan struktur politik dan sosial yang baru dalam masyarakat (Sidang Agung KWI, 1995:29).

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2010, jumlah penduduk Indonesia tercatat sebesar 237.641.326 orang, dengan laju pertumbuhan penduduk mencapai 1,49 persen per tahun. Diperkirakan pada tahun 2020, jumlah penduduk usia muda yang berada dalam rentang usia 15 hingga 24 tahun akan mencapai sekitar 50–60 persen dari total penduduk. Artinya, sekitar empat juta orang muda Katolik akan tersebar di berbagai keuskupan di seluruh Indonesia. Angka ini diperkirakan akan terus meningkat seiring waktu. Jika penduduk usia muda ini memiliki kualitas, keterampilan, dan pekerjaan yang memadai, mereka dapat menjadi bonus demografi yang mendukung kemajuan bangsa. Namun, jika mereka tidak memiliki kualitas yang baik dan tidak siap menghadapi tantangan, jumlah penduduk muda yang besar tersebut bisa berisiko menjadi musibah demografi bagi negara.

2.4 Keterlibatan OMK dalam Hidup Menggereja

Keterlibatan OMK dalam hidup menggereja merupakan sarana yang sangat efektif untuk mereka ambil bagian dalam tugas-tugas Gereja. Dengan beragam bentuk dan ciri khas orang muda, OMK dapat mempererat persaudaraan dan menjalin relasi dengan sesama OMK. Hal ini diperkuat dengan penghayatan iman dan kebersamaan hidup menggereja, yang diwujudkan melalui kegiatan seperti retreat, rekoleksi, koor, pertemuan rutin OMK, serta kegiatan rohani lainnya (Komisi Kepemudaan KWI 2014:102). Keterlibatan OMK tidak hanya sebatas sebagai peserta, tetapi juga sebagai pelaksana dan penggerak dalam kegiatan-kegiatan tersebut. Ini menunjukkan bahwa keterlibatan dalam hidup menggereja

adalah sebuah tanggung jawab yang didasarkan pada iman yang dijalani dengan tulus hati. Melalui keterlibatan ini, OMK menunjukkan rasa tanggung jawab terhadap iman yang mereka yakini (Dewan Karya Pastoral KAS, 2014:47).

Keimanan dan rasa tanggung jawab ini dapat diterapkan oleh OMK dalam berbagai kegiatan Gereja, seperti Liturgia (pribadatan), Kerygma (pewartaan), Diakonia (pelayanan), Martyria (kesaksian), dan Koinonia (persekutuan). Dengan berpartisipasi langsung dalam kegiatan-kegiatan Gereja, OMK semakin menyadari bahwa mereka dipanggil untuk menjadi bagian dari tulang punggung Gereja masa depan. Gereja memberikan harapan agar OMK terlibat dalam pewartaan dan pelayanan yang berkelanjutan.

Kaum muda, yang sering disebut sebagai OMK (Orang Muda Katolik), memegang peranan penting dalam membangun hubungan dengan Gereja saat ini. Mereka adalah generasi penerus Gereja yang akan menentukan masa depan komunitas iman. Keterlibatan OMK dalam merasul menjadi cerminan dari partisipasi aktif mereka dalam kehidupan bermasyarakat, serta kontribusi mereka dalam karya keselamatan Kristus. Oleh karena itu, penting bagi kaum dewasa untuk menjalin dialog dengan kaum muda. Dengan saling mengenal dan berbagi pemikiran, kedua belah pihak dapat memperkaya satu sama lain, sehingga Gereja dapat tumbuh dan berkembang sebagai umat Allah masa kini. Kaum dewasa perlu mengajak kaum muda untuk hidup merasul, sementara kaum muda juga harus memupuk sikap hormat dan kepercayaan kepada kaum dewasa, agar tercipta hubungan yang saling menghormati dan memperkuat komunitas iman bersama (DKV II, 358).

2.5. Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian kepada OMK Santo Paulus Bojonegoro, responden menghabiskan waktu lebih dari 3 jam per hari untuk mengakses Instagram. Hal ini disebabkan oleh berbagai fitur menarik yang dimiliki Instagram. Fitur yang sering digunakan oleh OMK adalah "*like*", "*posting*", dan "*comment*". Fitur "*like*" digunakan sebagai tanda suka terhadap postingan orang lain, sementara fitur "*posting*" memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto atau video ke akun Instagram pribadi yang dapat dilihat oleh orang lain. Alasan utama OMK Santo Paulus Bojonegoro memiliki akun Instagram adalah untuk menambah relasi, memudahkan komunikasi dengan orang lain tanpa harus bertemu langsung, dan menjaga koneksi sosial dengan lebih efisien.

Berdasarkan analisis data penggunaan Instagram di kalangan OMK Santo Paulus Bojonegoro, media sosial digital, khususnya Instagram, digunakan dengan bijak untuk berkomunikasi dengan sesama anggota OMK. Akun Instagram OMK dibuat pada Agustus 2016 oleh Yohana Kristina yang saat itu menjabat sebagai Ketua OMK Santo Paulus Bojonegoro. Tujuan awal pembuatan akun Instagram

@omkbojonegoro adalah untuk mendokumentasikan berbagai kegiatan OMK dalam bentuk foto atau video digital. Postingan yang sering dipublikasikan di akun Instagram OMK mencakup kegiatan kebersamaan OMK, baik yang berlangsung di dalam maupun di luar Gereja. Para anggota OMK sangat antusias dalam menanggapi setiap postingan yang ada. Postingan-postingan ini memberikan inspirasi positif bagi para pengikut akun tersebut. Postingan di akun Instagram OMK memberi dampak positif dengan meningkatkan kesadaran anggota tentang kegiatan yang dilakukan oleh OMK, baik di dalam maupun di luar Gereja. Sebagian besar responden menyatakan bahwa tidak ada dampak negatif dari postingan-postingan tersebut. Responden sepakat bahwa setiap postingan yang diunggah harus bersifat membangun dan positif, sejalan dengan tujuan awal pembuatan akun Instagram, yaitu untuk mengembangkan iman OMK dan mendorong partisipasi aktif dalam kegiatan gereja.

Berdasarkan jawaban dari responden OMK Santo Paulus Bojonegoro, dapat disimpulkan bahwa Instagram berpengaruh positif terhadap keterlibatan mereka dalam kegiatan Gereja. Postingan di akun Instagram OMK dapat menjadi daya tarik bagi anggota untuk lebih aktif terlibat dalam kegiatan Gereja. Selain itu, Instagram juga membantu meningkatkan rasa percaya diri anggota OMK, memberi mereka kesan positif terhadap pelayanan, serta mendorong mereka untuk lebih percaya diri dalam mengambil bagian dalam berbagai tugas pelayanan di Gereja.

III. KESIMPULAN

Media sosial digital merupakan platform daring yang memungkinkan penggunaannya untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan membentuk komunitas di dunia maya melalui internet. Beberapa jenis media sosial digital yang sering digunakan oleh OMK Santo Paulus Bojonegoro antara lain *Facebook*, *Instagram*, *YouTube*, *Twitter*, *WhatsApp*, dan *Line*. Media sosial memiliki berbagai manfaat, seperti memperluas jaringan sosial dan memfasilitasi komunikasi tanpa memerlukan pertemuan langsung. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa akun Instagram @omkbojonegoro digunakan oleh OMK Santo Paulus Bojonegoro untuk memperluas relasi, mempermudah komunikasi antar anggota tanpa harus bertemu secara fisik, serta menjaga hubungan sosial secara lebih efisien. Postingan di akun Instagram OMK juga memberikan dampak positif dengan meningkatkan kesadaran anggota tentang kegiatan yang diadakan oleh OMK, baik yang berlangsung di dalam maupun di luar Gereja.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayuningtyas, V. P. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Panggung Presentasi Diri Pada Siswa SMA Negeri 2 Karanganya. Retrieved from <http://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/sosant/article/viewfile/10911/7784>
- Dewan Karya Pastoral. (2014). *Formatio Iman Berjenjang*. Yogyakarta: Kanisius.
- Iswarahadi. (2003). *Beriman dengan bermedia*. Yogyakarta: Kanisius.
- Iswarahadi. (2017). *Media dan Pewartaan Iman*. Yogyakarta: Kanisius.
- Komisi Kepemudaan Konferensi Waligereja Indonesia. (2014). *Sahabat Sepeziarahan*. Jakarta: Komisi Kepemudaan KWI.
- Konferensi Wali Gereja Indonesia. (1993). *Dokumen Konsili Vatikan II* (R. Hardawiryana, Trans.). Jakarta: KWI.
- Konferensi Wali Gereja Indonesia. (1995). *Katekismus Gereja Katolik*. Ende: Flores.
- Konferensi Wali Gereja Indonesia. (1995). *Pedoman Gereja Katolik Indonesia* (Sidang Agung). Jakarta: KWI.
- Lembaga Alkitab Indonesia. (1974). *Alkitab Deuterokanonika*. Jakarta: LAI.
- Mangunhardja. (1986). *Pendampingan Kaum Muda*. Yogyakarta: Kanisius.
- Muhammad, A. (1985). *Penelitian Kependidikan: Prosedur dan Strategi*. Bandung: Angkasa.
- Mulyana, D. (2007). *Kapita Selekta Komunikasi: Pendekatan Budaya dan Agama*. Bandung: Refika Offset.
- Pando, M. (2014). *Hiruk Pikuk Jaringan Sosial Terhubung*. Yogyakarta: Kanisius.
- Pratiwi, A. (1983). *Dunia Muda Mudi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sekretariat MAWI dan OBOR. (1983). *Kitab Hukum Kanonik*. Jakarta: Sekretariat MAWI dan OBOR.
- Shelton, C. M. (1987). *Spiritualitas Kaum Muda*. Yogyakarta: Kanisius.
- Subagyo, S. (2004). *Pengantar Riset Kuantitatif dan Kualitatif*. Yayasan Kalam Hidup.
- Sudaryatna, T. (1999). *Media Komunikasi Sosial sebagai Sarana Evangelisasi Baru*. Jakarta: Calesty Hieronika.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suparno, E. (2012). *Orang Muda Mencari Jati Diri di Zaman Modern*. Yogyakarta: Kanisius.
- Suparno, E. (2016). *Tantangan Hidup Membiara di Zaman Modern*. Yogyakarta: Kanisius.
- Supriyadi, A. (2012). "Remaja Katolik, Gereja dan Ekaristi". *JPAK*, 7(26), Madiun.
- Tangdilintin. (1984). *Pembinaan Generasi Muda Visi dan Latihan*. Jakarta: Obor.

- Tangdilintin. (2008). *Pembinaan Generasi Muda*. Yogyakarta: Kanisius.
- Tse, A. (2014). *Pendidikan Iman Anak Dini*. Madiun: Wina Press.
- Wijaya, K. D. (2012). “*Remaja dan Masa depannya: Sebuah Upaya Pastoral Bagi Remaja*”. *JPAK*, 7(142), Madiun.
- Wijaya, K. D. (2013). *Pesan Paus untuk Hari Komunikasi Sosial Sedunia Ke-47*. Retrieved from <http://www.katolisitas.org/pesan-paus-untuk-hari-komunikasi-sosial-sedunia-ke-47-jejaring-sosial-pintu-kebenaran-dan-iman-ruang-baru-untuk-evangelisasi/> (Accessed May 8, 2020).