

Motivasi dan Makna Mengikuti Media Sosial Instagram Katolikmedia bagi Orang Muda Katolik

A.G Ristata Kusnar Prabawa¹ Rian Antony² Indra Sanjaya Tanureja³

Pascasarjana Fakultas Teologi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta^{1,3}

²Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Atma Jaya, Yogyakarta²

Email: aloisiuzgonzaga@gmail.com¹

Abstrak

Penggunaan media sosial sebagai sebuah sarana untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari tentu bukanlah fenomena yang asing lagi. Hampir setiap orang pernah mempunyai pengalaman saat memanfaatkan media sosial guna memenuhi kebutuhan hidup mereka. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui motivasi dan makna Orang Muda Katolik ketika mengikuti akun instagram katolikmedia. Penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Gratification* yang mencoba untuk melihat motivasi audiens dalam menggunakan media sosial. Subjek penelitian ini adalah Orang Muda Katolik yang menjadi *followers* akun instagram katolikmedia. Teknik pengambilan data menggunakan wawancara kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan dua poin penting. Pertama, Orang Muda Katolik tertarik untuk mengikuti instagram katolikmedia karena adanya kebutuhan untuk mendapatkan informasi dan inspirasi mengenai iman katolik. Kedua, minat dan ketertarikan Orang Muda Katolik pada akun instagram katolikmedia karena isi konten ditampilkan dengan kreatif dan menarik.

Kata Kunci: Uses and Gratification, Media Sosial, Orang Muda Katolik, dan Motivasi

Abstract

The use of social media as a means to meet daily needs is certainly not a foreign phenomenon. Almost everyone has had experience when using social media to fulfill their life needs. The purpose of this study was to find out the motivation and meaning of Catholic Young People when following the catholicmedia instagram account. This study uses Uses and Gratification Theory which tries to see the audience's motivation in using social media. The subjects of this research are Catholic Young People who are followers of the catholicmedia instagram account. The data collection technique used interviews and then analyzed using the Miles and Huberman model. The results of the study show two important points. First, young Catholics are interested in following the catholic media instagram because of the need to get information and inspiration about the catholic faith. Second, the interest and interest of young Catholics in the Catholic Media Instagram account because the content is displayed creatively and attractively.

Keywords: *Uses and Gratification, Social Media, Young Catholics, and Motivation*



This work is licensed under a [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan komunikasi membuat aktivitas manusia semakin dekat dengan media sosial. Media sosial merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan bentuk media baru yang mana penggunaannya dapat berpartisipasi, berbagai dan berinteraksi secara langsung (Boyd & Ellison, 2008; Manning, 2014; Davis, 2015). Kehadiran media sosial juga memberikan kesempatan bagi setiap individu untuk berelasi secara lebih luas. Selain itu, media sosial juga memudahkan setiap individu untuk berbagi informasi atau pengetahuan secara cepat dengan biaya yang lebih murah (Cahyono, 2017). Banyaknya kemudahan yang ditawarkan membuat pengguna media sosial selalu bertambah setiap harinya.

Berdasarkan laporan yang dikeluarkan oleh We Are Social dan Hootsuite (2022), pengguna media sosial mencapai 170 juta. Angka ini naik 12,6 persen dari tahun sebelumnya.

Di dalam laporan tersebut, tampak juga bahwa instagram menempati urutan kedua dari keseluruhan platform media sosial. Laporan ini diperkuat dengan laporan DataIndonesia.id (2022) yang menyebutkan bahwa Indonesia memiliki 99,9 juta pengguna aktif bulanan instagram pada April 2022. Di sisi lain, kedua laporan di atas juga semakin dipertegas dengan temuan dari *Brand Development Lead Instagram APAC* (2016), yang menyebut bahwa Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah pengguna instagram terbanyak dengan rentang usia 18-34 tahun. Mereka mengakses instagram setidaknya seminggu sekali dan mayoritas pengguna instagram adalah anak muda, terdidik, dan mapan (Prihatiningsih 2017).

Berdasarkan hasil temuan Taylor Nelson Sofres Indonesia (2016), terdapat empat poin penting yang ditemukan dalam aktivitas penggunaan instagram di Indonesia. *Pertama*, 97% pengguna instagram selalu menuliskan komentar dan menandai teman-teman mereka di dalam komentar. *Kedua*, 97% menggunakan instagram sebagai sarana untuk mencari informasi yang lebih detail. *Ketiga* 85% menggunakan instagram sebagai sarana untuk membagikan postingan mereka ke media sosial lain. *Keempat*, menggunakan instagram sebagai alat untuk membeli barang-barang yang ditemui di Instagram (Yusra, 2016; Prihatiningsih 2017). Dari data-data tersebut menjadi tampak bahwa masyarakat Indonesia senang menggunakan instagram untuk mencari inspirasi, membagikan pengalaman, *up to date information*, dan mendorong bisnis jual-beli *online* serta membawa dampak positif bagi pengguna media sosial instagram.

Instagram merupakan platform aplikasi gambar yang menyenangkan, di mana setiap orang dapat memposting foto dan video serta menambahkan filter dan bingkai agar menjadi konten yang menarik (Macarthy, 2015). Dengan kata lain, instagram didasarkan pada konten visual, di mana fungsi dasar terbatas pada memposting gambar dan video, untuk menemukan konten seperti itu dan berinteraksi dengan pengguna lain dalam bentuk suka, komentar, dan tautan. Selanjutnya, platform ini juga menawarkan berbagai fitur yang menarik dan *update* sehingga membuat pengguna memanfaatkannya sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhannya.

Tingginya penggunaan dan pemanfaatan instagram membuat peneliti tertarik untuk melihat motivasi dan makna Orang Muda Katolik dalam mengikuti akun instagram katolikmedia. Akun ini menarik untuk dikaji karena berfokus dalam menyajikan konten-konten yang berhubungan dengan penghayatan iman katolik. Hal tersebut terlihat dari konten-konten postingan yang disajikan di akun instagram katolikmedia. Selain itu, tampak juga dari biodata yang membawa semangat untuk "*Berjuang bersama menghidupi kekudusan – Dalam Gerja, Semua Anggota dipanggil untuk kesucian (LG. 39)*". Akun instagram katolikmedia juga memiliki jumlah pengikut sebanyak 160 ribu orang dan sudah membuat 1.505 postingan, di mana setiap postingannya selalu membuat sebuah katekese iman Gereja Katolik seperti penghayatan iman katolik, kisah hidup santo-santa, sejarah singkat perkembangan iman Gereja, bentuk-bentuk penghayatan doa-doa Gereja, dan lain sebagainya.

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Gratification* yang dicetuskan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch. Mereka mengungkapkan bahwa bahwa audiens memiliki hasrat (secara faktor psikologis dan sosial) untuk memilih apa yang mereka inginkan dari adanya terpaan media (West and Turner, 2020; Karunia, dkk 2021). Teori *Uses and Gratifications* melihat bahwa audiens pada dasarnya menggunakan media berdasarkan motif-motif tertentu dan adanya motif tersebut merupakan awal dari mengapa seseorang menggunakan media tersebut (West and Turner, 2020; Anisah 2021). Dainton dan Marianne (2018) juga mengungkapkan bahwa Teori *Uses and Gratification* cenderung melihat mengapa audiens tersebut memilih medium yang akan digunakan (Karunia, dkk 2021). Maka, dari itu Teori *Uses and Gratification* dapat menjadi sarana untuk mengetahui motivasi audiens menggunakan media sosial instagram.

Penelitian tentang motivasi juga pernah dilakukan dalam berbagai fokus kajian yang berbeda. Dalam lima tahun terakhir, penulis menemukan bahwa banyak penelitian mengenai motivasi menggunakan media sosial yang berfokus pada aspek kebutuhan orang menggunakan media sosial instagram. Wakas dan Wulage (2021) menjelaskan mengenai motivasi orang menonton konten di media sosial. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa motivasi orang menggunakan media sosial karena ingin memenuhi kebutuhan kognitif, afektif, dan sosial. Penelitian senada juga pernah dilakukan oleh Anisah, dkk (2021) yang menunjukkan bahwa instagram terbukti mampu memenuhi kebutuhan mahasiswa mendapatkan akses informasi kesehatan yang dibutuhkan. Selanjutnya, penelitian Dian dan Abdul (2020) yang menyebut bahwa media sosial instagram digunakan sebagai sarana media edukasi *parenting*. Hal ini dibuktikan dengan respon kognitif, afektif, dan behavioral dalam mengakses, melihat, dan mencari postingan akun instagram parentalk.id.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan dengan menggunakan Teori *Uses and Gratification* pernah dilakukan oleh Suparmo (2017) yang menyebut bahwa Teori *Uses and Gratification* dapat membantu dalam memahami kekuatan atau keunggulan dari sebuah media sosial. Ia juga menyebut bahwa Teori *Uses and Gratification* tidak hanya berlaku bagi komunikasi massa tetapi dapat diadaptasi juga dalam penggunaan media sosial. Dari beberapa contoh penelitian yang pernah dilakukan tampak bahwa penelitian tentang motivasi dan makna menggunakan media sosial banyak dilakukan dengan menggunakan Teori *Uses and Gratification*. Maka, penerapan Teori *Uses and Gratifications* membantu menjelaskan banyak, serta beragam alasan mengapa konsumen menggunakan dan menyukai media sosial (Anisah, dkk, 2021).

Berdasarkan beberapa penelitian di atas, terlihat bahwa mayoritas penelitian dengan tema ini lebih banyak mengkaji tentang motivasi individu dalam menggunakan media sosial Instagram. Sementara itu, penelitian ini memberikan fokus yang berbeda karena mengkaji tentang motivasi dan makna Orang Muda Katolik mengikuti akun instagram katolikmedia. Hal ini penting untuk diketahui karena ada banyak akun-akun yang memiliki tema pewartaan yang sama. Hasil dari penelitian ini tentu akan sangat berguna sebagai bahan pengembangan akun instagram katekese iman katolik, baik secara konten atau manajemen pengelolaan akun. Selain itu, akun-akun instagram katekese iman katolik semakin mampu untuk memenuhi kebutuhan para pengikutnya, secara khusus dalam memberikan edukasi iman katolik.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang berfokus pada motivasi dan makna para pengikut akun instagram katolikmedia. Model penelitian kualitatif sangat cocok untuk mengeksplorasi dan memahami sebuah isu atau masalah kompleks yang sedang terjadi (Creswell, 2013). Teori *Uses and Gratification* adalah salah satu teori yang berfokus pada komunikasi sosial dan menyatakan bahwa peran paling penting media adalah memenuhi kebutuhan dan motivasi audien (West and Turner, 2020; Dian & Abdul, 2020). Model penelitian kualitatif sangat cocok untuk mengeksplorasi dan memahami sebuah isu atau masalah kompleks yang sedang terjadi (Creswell, 2013).

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan subjek penelitian. Wawancara mendalam dipilih agar bisa mendapatkan data secara lengkap dan detail. Subjek dalam penelitian ini adalah lima orang muda katolik yang mengikuti akun instagram katolikmedia. Adapun kriteria narasumber orang muda katolik yang digunakan dalam penelitian didasarkan pada dua kriteria. Pertama, orang muda katolik sudah mengikuti akun instagram katolikmedia minimal 3 tahun. Kriteria ini ditetapkan karena penelitian ini membutuhkan informasi motivasi atau alasan orang muda katolik mengikuti akun instagram

katolikmedia. Kedua, orang muda katolik pernah memanfaatkan konten-konten akun instagram katolikmedia untuk menunjang aktivitas keseharian mereka. Kriteria ini ditetapkan agar subjek mampu menjawab pertanyaan penelitian yang terkait dengan menyikapi atau menggunakan akun Instagram katolikmedia dalam hidup sehari-hari.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model Miles dan Huberman. Analisis data tersebut terdiri dari reduksi data dari *data condensation*, *data display*, and *conclusion* (Miles, Huberman, & Saldana, 2014). Langkah-langkah dalam analisis data model Miles dan Huberman sebagai berikut: 1) *data condensation*, yaitu data yang didapatkan dirangkum, dan dikelompokkan sesuai dengan tujuan penelitian. Pemadatan data untuk mengelompokkan hasil wawancara berdasarkan pertanyaan penelitian. 2) *data display*, yaitu proses penyajian data berupa deskripsi singkat, bagan, gambar, dan sebagainya. Di dalam penelitian ini, penyajian data dilakukan dengan tabel agar mudah untuk dipahami. 3) *conclusion*, yaitu proses menarik kesimpulan atau memverifikasi temuan untuk menggambarkan temuan penelitian sesuai dengan ketentuan ilmiah. Dalam penelitian ini, penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan tujuan penelitian (Nahumury dan Antony, 2022).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Setiap orang dalam menggunakan media sosial tentunya memiliki motivasi yang berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Setelah melakukan wawancara mendalam dengan lima responden yang mengikuti akun Instagram katolikmedia, penulis mendapatkan beberapa data yang mendukung penelitian. Data yang diambil meliputi motivasi orang muda katolik mengikuti akun instagram katolikmedia, tingkat keterjawab akan kebutuhan adari konten oleh pengikut akun instagram katolikmedia, sikap yang dibangun dalam menggunakan akun instagram katolikmedia, dampak yang diperoleh dari mengikuti akun instagram katolikmedia, dan keterbantuan pengikut untuk semakin mengenal iman Katolik.. Hasil wawancara dengan para responden tersebut disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Wawancara dengan Responden

Motivasi mengikuti akun instagram katolikmedia				
R 1	R 2	R 3	R 4	R 5
Memperoleh pengetahuan tentang iman Katolik yang membantu saya lebih memahami tentang aktivitas rohani.	Postingannya menarik dan informasi yang <i>up to date</i> . Jadi saya tidak ketinggalan informasi.	Mencari inspirasi dan makna hidup rohani. Selain itu pesan-pesan yang disampaikan juga relevan.	Mencari informasi dan untuk katekese digital dan juga membantu dalam berefleksi.	Menambah wawasan dan referensi mengenai iman gereja Katolik.
Menggunakan dan menyikapi akun instagram katolikmedia				
R 1	R 2	R 3	R 4	R 5
Menyimpan postingan konten yang penting.	Membaca informasi yang diposting.	Melihat, membaca, dan menyimpan konten yang penting.	Menjadikan sebagai sumber informasi mengenai iman katolik.	Membaca dan memberikan <i>like</i> .
Manfaat yang didapatkan Ketika mengikuti akun instagram katolikmedia				
R 1	R 2	R 3	R 4	R 5

Banyak pengetahuan mengenai iman Katolik.	Ilmu pengetahuan iman katolik dan membantu dalam berkatekese.	Inspirasi dan informasi mengenai iman katolik.	Mengenai pembelajaran mengenai cara berkatekese digital.	Memiliki referensi bacaan di instagram.
Pengaruh konten instagram katolikmedia ?				
R 1	R 2	R 3	R 4	R 5
Membantu mengenai iman katolik, karena sering mendapat <i>insight</i> baru mengenai pengetahuan iman katolik.	Memperkuat identitas dan nilai-nilai religiusitas melalui postingan yg disajikan.	Ya, cukup membantu, karena bisa belajar untuk malakukan katekese digital.	Saya merasa terbantu, karena membuat saya semakin memahami iman katolik.	Iya, karena mendapatkan informasi yang baru mengenai iman katolik.

Pembahasan

Motivasi Mengikuti Akun Instagram Katolikmedia

Berdasarkan dari data yang diperoleh dalam proses wawancara, terlihat bahwa Orang Muda Katolik mengikuti akun instagram katolikmedia mayoritas mengatakan karena akun instagram katolikmedia menyediakan informasi iman katolik yang menarik serta memberikan inspirasi bagi orang muda katolik. Ketika melihat dari data; responden pertama, keempat, dan kelima mengungkapkan dengan jawaban tidak jauh berbeda, bahwa mereka mengikuti akun instagram katolikmedia untuk mendapatkan informasi dan menambah wawasan mengenai iman katolik. Lalu, responden kedua mengungkapkan motivasinya mengikuti akun Instagram katolikmedia, karena menyediakan informasi mengenai iman katolik secara *up to date* dan disajikan secara menarik. Kemudian responden ketiga motivasinya untuk mengikuti akun instagram katolikmedia karena akun tersebut memberikan inspirasi-inspirasi baru.

Berpijak dari data tersebut dapat dipahami bersama, bahwa pengetahuan iman katolik yang dikemas atau disajikan secara menarik rupanya akan membuat orang muda lebih tertarik untuk membaca dan mengetahui. Hal ini tentu menjadi sejalan dengan asumsi dari teori *Uses and Gratification* yang mengatakan bahwa kalayak media itu sifatnya aktif, bebas, dan memiliki motivasi dalam menggunakan media sosial (West and Turner, 2020). Data ini juga bisa menjadi bahan pertimbangan sekaligus pengembangan bagi model-model pewartaan yang digunakan oleh Gereja sekarang ini.

Di dalam teori *Use and Gratification*, kebutuhan audiens menggunakan media sosial itu mencakup dua hal, yaitu kebutuhan secara psikologis dan sosial (Karunia, dkk 2020). Kebutuhan psikologis tentu meliputi seperti menghilangkan rasa bosan, melarikan diri dari masalah atau tekanan, mendapatkan hiburan (Karunia, dkk 2020). Kebutuhan sosial tentu meliputi mencari dan mendapatkan teman dan menjalin relasi yang akrab atau dekat (Karunia, dkk 2020).

Berdasarkan wawancara dengan kelima responden tersebut, kelima responden mengatakan bahwa kebutuhan untuk mendapatkan informasi mengenai iman katolik dan mencari inspirasi terpenuhi. Responden pertama, mengungkapkan bahwa “akun instagram katolikmedia membantu saya dalam memenuhi kebutuhan informasi tentang iman katolik, karena postingan yang disajikan oleh instagram katolikmedia itu kontekstual dengan kebutuhan Orang Muda Katolik saat ini yang membutuhkan informasi-informasi mengenai iman katolik”. Kemudian, Responden kedua, mengatakan bahwa “kebutuhannya mengenai informasi iman katolik bisa terpenuhi dengan adanya akun instagram katolikmedia, karena akun instagram katolikmedia seringkali menyajikan konten pengetahuan iman katolik yang tidak dibahas atau diposting oleh akun katekese iman katolik yang lainnya”. Lalu, responden

ketiga, mengatakan bahwa “akun instagram katolikmedia memenuhi kebutuhannya, karena konten-kontennya relevan dengan konteks sekarang”. Responden keempat, juga mengatakan bahwa “konten-konten dari akun instagram katolikmedia itu penuh dengan inspirasi dan motivasi”. Lalu, responden kelima, mengatakan bahwa “akun instagram katolikmedia memberi wawasan dan refrensi tentang iman katolik yang lebih banyak.”

Ketika ditinjau secara keseluruhan, kelima responden melalui akun instagram katolikmedia hampir semuanya merasa terpenuhi pada bidang kebutuhan informasi mengenai iman katolik. Kebutuhan yang dimiliki oleh responden termasuk ke dalam segi psikologis terkhusus pada bidang kebutuhan *scient* berkaitan dengan informasi iman katolik. Ketika data tersebut dimasukkan ke dalam dua kategori kebutuhan menurut Katz (1973), jawaban responden termasuk ke dalam kategori kebutuhan psikologis (Morissan, 2014). Maka, dapat disimpulkan bahwa orang muda katolik mengikuti akun instagram katolikmedia untuk memenuhi kebutuhan psikologis terlebih dalam hal informasi mengenai iman katolik.

Menggunakan dan Menyikapi Akun Instagram Katolikmedia

Media sosial digital merupakan sebuah media online di mana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, sosial network atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Lestari, dkk 2016). Setiap pengguna media sosial bisa dengan bebas menggunakan dan menyikapi media sosial terkhusus dalam konteks ini adalah platform instagram. Sikap yang dipilih oleh pengguna media sosial instagram tentu juga menyesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan dari menggunakan media sosial instagram.

Berdasarkan wawancara, kelima responden memiliki sikap yang hampir sama. Secara umum, seluruh responden menggunakan akun instagram katolikmedia untuk membaca dan mencari sumber informasi mengenai iman katolik. Responden pertama mengatakan bahwa dirinya selama ini menggunakan akun instagram katolikmedia untuk menambah wawasannya mengenai iman katolik, kadang-kadang juga ketika ada konten yang baginya baik dan menarik ia simpan. Ia pernah juga menggunakan salah satu konten akun instagram katolikmedia untuk di share sebagai bahan mengajar. Responden kedua, ketiga dan keempat juga memiliki jawaban yang tidak jauh berbeda, yaitu menggunakan akun instagram katolikmedia untuk referensi bacaan, menyimpan, dan membagikan pada orang lain. Ketiga responden mengungkapkan bahwa mereka menyimpan dan membagikan tidak dilakukan setiap saat, akan tetapi ketika ada konten yang baik dan menarik serta penting untuk dibagikan pada orang lain. Sementara itu, sikap yang cukup berbeda disampaikan oleh responden kelima, yaitu dirinya hanya membaca ketika lewat di bagian *home* instagram. Ketika konten menarik dan baik hanya memberikan *like* pada postingan, sehingga tidak sampai pada sikap menyimpan dan memabgikan seperti yang dilakukan oleh responden lainnya.

Berdasarkan dari data lima responden, terlihat bahwa sebuah konten yang dikemas secara menarik dan bagus, akan membuat Orang Muda Katolik menjadi lebih tertarik untuk membaca, menyimpan dan membagikannya pada orang lain. Hasil penelitian ini tentu mempertegas asumsi pokok dari Teori *Uses and Gratifications*, di mana khalayak aktif dalam memanfaatkan informasi yang didapatkannya di media sosial (Katz, dkk, 1973). Selanjutnya, keaktifan responden dalam menyimpan dan membagikan konten-konten yang disajikan di dalam akun instragram katolikmedia menunjukkan kepercayaan mereka terhadap akun tersebut. Ini juga sejalan dengan asumsi Teori *Uses and Gratifications* yang menyebut bahwa kepercayaan terhadap suatu media tertentu menjadi faktor signifikan dalam hal pengharapan terhadap media itu (Rosengren, dkk dalam Humaizi, 2018)

Di sisi lain, data-data yang ada juga menunjukkan bahwa ketertarikan Orang Muda Katolik untuk membaca, menyimpan dan membagikan informasi mengenai iman katolik diawali oleh

sebuah cara menyajikan dan menampilkan informasi yang hendak dibagikan. Maka, data di atas menjadi bukti nyata bahwa Orang Muda Katolik menggunakan akun instagram katolikmedia untuk kepentingan mencari, membaca, menyimpan, dan membagikan informasi mengenai iman katolik.

Manfaat Mengikuti Akun Instagram Katolikmedia

Media sosial merupakan media yang memiliki banyak manfaat, sejauh digunakan dengan baik dan tepat. Salah satu manfaat dari menggunakan media sosial adalah mempermudah manusia untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan dan membagikan informasi (Utari, dkk 2017). Selain itu media sosial juga memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Widada, 2018).

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan lima narasumber diperoleh data yang menunjukkan bahwa semua responden merasa mendapatkan dampak yang positif dari mengikuti dan menggunakan akun instagram katolikmedia. Dampak positif yang diterima oleh setiap responden pun juga tidak jauh berbeda dari kelima responden yang diwawancarai. Responden pertama, kelima mengungkapkan bahwa ia mendapatkan referensi dan pengetahuan yang lebih luas mengenai iman katolik dan hidup beriman katolik. Lalu, responden kedua mengungkapkan jawaban yang kiranya tidak jauh berbeda dari responden pertama, yaitu mendapatkan pengetahuan yang lebih relevan mengenai hidup beriman katolik serta dapat membantunya ketika memberikan katekese. Kemudian, jawaban dari responden ketiga cukup berbeda dengan responden pertama dan kedua, jika responden ketiga merasa bahwa dampak yang didapat yaitu mendapatkan inspirasi dan makna rohani yang lebih mendalam ketika menjalani kehidupan sehari-hari. Lalu, berbeda lagi dengan dampak yang diterima oleh responden keempat, yaitu ia menjadi bisa belajar untuk berkatekese dengan menggunakan media sosial, terkhusus instagram. Maka, berdasarkan dari jawaban lima responden dan pembahasan tersebut tampak bahwa akun instagram katolikmedia memberikan dampak yang positif pada para pengikutnya di Instagram. Akun instagram katolikmedia memberikan dampak positif kepada para pengikutnya di instagram, bukan membawa pada dampak yang negatif. Dampak baik atau positif dari akun instagram katolik media memang sudah dan sungguh dirasakan oleh orang muda katolik.

Di sisi lain, tugas pewartaan atau *kerygma*, merupakan salah satu dari lima bidang tugas Gereja lainnya, yakni *leiturgia* (liturgi/perayaan iman), *diakonia* (pelayanan), *koinonia* (persekutuan) dan *martyria* (kesaksian iman/kemartiran) (Pius 2020). Dokumen Evangeli Nuntiandi (EN) artikel 46 menegaskan bahwa Gereja mempunyai tugas untuk menyampaikan suka cita injili kepada semua orang. Melakukan pewartaan dan pendidikan iman merupakan salah satu tugas gereja, akun instagram katolikmedia hadir sebagai *platform* media sosial yang berisikan konten-konten pewartaan digital.

Sementara itu, berpijak dari data yang ada terlihat bahwa mayoritas responden merasa terbantu oleh konten-konten akun instagram katolikmedia dalam hal menumbuhkan iman kekatolikannya. Hal itu terekam dari jawaban responden pertama, keempat, dan kelima merasa sangat terbantu dalam menumbuhkan iman kekatolikannya. Sementara itu, responden kedua dan ketiga yang mengatakan bahwa konten-konten akun instagram katolikmedia hanya membantu untuk memperkuat identitas dan nilai-nilai religiusitas di dalam kehidupan sehari-hari. Maka, dapat ditarik pada sebuah kesimpulan bahwa akun instagram katolikmedia ini membantu orang muda katolik untuk semakin menghidupi dan menghayati iman kekatolikannya secara lebih baik

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis menggunakan Teori *Use and Gratification* dapat ditemukan data bahwa Orang Muda Katolik mengikuti akun instagram katolikmedia dengan dilandasi motivasi kebutuhan untuk mendapatkan informasi dan mencari inspirasi mengenai iman katolik. Lalu di dapatkan sebuah data bahwa minat dan ketertarikan orang muda katolik pada akun instagram katolikmedia, karena informasi mengenai iman katolik ditampilkan dengan kreatif dan menarik. Motivasi Orang Muda Katolik ini tentu harus selalu dijawab oleh akun instagram katolikmedia, supaya Orang Muda Katolik yang sudah mengikuti akun instagram katolikmedia dapat selalu terjawab kebutuhannya, yaitu mengenai informasi iman katolik. Maka, melalui data penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi bentuk-bentuk katekese Gereja di zaman serba digital ini. Katekese dengan model digital rupanya lebih banyak diminati oleh Orang Muda Katolik. Peneliti ini ingin menyarankan agar katekese digital yang sudah banyak dilakukan bisa terus digerakkan dan didukung, supaya pewartaan Gereja semakin mampu menjangkau daerah dan orang yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisah, N; Sartika, M dan Kurniawan, H. (2021). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Literasi Kesehatan Pada Mahasiswa," *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 4(2), 94-107. Doi: <http://dx.doi.org/10.22373/jp.v4i2.11080>
- Arya Nugeraha, Abdullah Karim, Nurliah. (2020). Analisis Fungsi Instagram Sebagai Media Penyebar Informasi Kriminal di Kota Samarinda. Skripsi. Universitas Mulawarman. Diakses dari http://digilib.unmul.ac.id/digilib/index.php?p=show_detail&id=24132&keywords=
- Boyd, D. M & Ellison, B. N. (2008). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal Of Computer-Mediated Communication*. 13(1), 210-230. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Cahyono, A. S. (1). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157. <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing among Five Approaches* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Davis III, C.H.F; Deil-Amen, R; Rios-Aguilar, C & Canché, M.S.G. (2015) Social Media, Higher Education, and Community Colleges: A Research Synthesis and Implications for the Study of Two-Year Institutions, *Community College Journal of Research and Practice*, 39:5, 409-422. Doi: <http://dx.doi.org/10.1080/10668926.2013.828665>
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. Medan: USU Press.
- Karunia H.; Ashri, N dan Irwansyah. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3(1)1, 92-104. Doi: <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Katz, E., Gurevitch, M., & Haas, H. (1973). On the Use of the Mass Media for Important Things. *American Sociological Review* 38(2), 164-181. Diakses dari <https://doi.org/10.2307/2094393>
- Nahumury, A.P dan Antony, R. (2022). Semi-Online Learning as a Solution to the Digital Divide in Education on Frontier, Outermost, and Disadvantaged Regions (3T). *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian dan Kajian Kepustakaan*, 8(2), 331-340. Doi: [10.33394/jk.v8i2.4960](https://doi.org/10.33394/jk.v8i2.4960).
- Macarthy, A. (2015). *500 Social Media Marketing Tips: Essential Advice, Hints and Strategy for Business: Facebook, Twitter, Pinterest, Google+, YouTube, Instagram, LinkedIn, and More!*. Google book.

- Manning, J. (2014.) Social media, definition and classes of. In K. Harvey (Ed.), Encyclopedia of social media and politics. Thousand Oaks, CA: Sage
- Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. 2014. Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3. USA: Sage Publications.
- Morissan. (2014). Teori Komunikasi Individu Hingga Massa (2nd ed). Jakarta: Kencana.
- Paus Paulus VI. (2005). Dokumen Gereja Evangelii Nuntiandi (Mewartakan Injil), Konferensi Waligereja Indonesia
- Prihatiningsih dan Witanti. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja." *Communication* 8(1), 51-65.
- Sari, Nurvita, D, dan Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi. *Persepsi: Communication Journal* 3, (1) 23-36. Doi: <http://dx.doi.org/10.30596/persepsi.v3i1.4428>
- Suparmo, L. (2017). Uses and Gratifications Theory dalam Media Sosial WA (WhatsApp). *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5 (2), 27-37. Doi: <https://doi.org/10.21009/communicology.062.02>
- Utari, E. D; Mayasari S; Musbahri A. N; Zulkardi; Siahaan S. M; Raharjo, M, "Manfaat dan Dampak Aplikasi Media Sosial dalam Kajian Analisis Konten". Project Analysis Social Media. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/346089273_Manfaat_dan_Dampak_Aplikasi_Media_Sosial_dalam_Kajian_Analisis_Konten
- Wakas, J.E dan Wulage, M.B.N. (2021). Analisis Teori Uses and Gratification : Motif Menonton Konten Firman Tuhan Influencer Kristen Pada Media Sosial Tiktok." *Tepian: Jurnal Misiologi dan Komunikasi Kristen* (2021): 25-44. Doi: <https://doi.org/10.51667/tjmkk.v1i1.629>
- We Are Social dan Hootsuite (2022). Indonesian Digital Report 2022. Diakses dari <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- West, R.L dan Turner, L.H. (2020). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application* Seventh Edition. USA: McGraw Hill.
- Widada, C.K. (2018). Mengambil Manfaat Media Sosial dalam Pengembangan Layanan. *Journal of Documentation and Information Science*, 2(1), 23-30. Doi: <http://dx.doi.org/10.33505/jodis.v2i1.130>
- Yusra, Y. "Riset TNS: Generasi Terpelajar Dominasi Pengguna Instagram di Indonesia". [dailysocial.id]. (2016). Diakses dari <https://dailysocial.id/post/riset-tns-generasi-terpelajar-dominasi-pengguna-instagram-di-indonesia>