



ANALISIS KOLOM KOMENTAR AKUN INSTAGRAM @KOMSOSKAJ DAN @KOMSOSKAS SEBAGAI SARANA PEWARTAAN DI DUNIA DIGITAL

Andreas Agung Nugroho¹⁾, Carolus Borromeus Mulyatno²⁾, Rian Antony³⁾

^{1,2)} Magister Teologi, Fakultas Teologi, Universitas Sanata Dharma, Indonesia

³⁾ Pascasarjana Pendidikan Teknologi dan Kejuruan,

Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

Abstrak

Gereja terus melakukan pewartaan hingga saat ini. Perkembangan zaman membuat gereja juga menyesuaikan bentuk pewartaannya. Salah satu bentuk pewartaan masa kini adalah menggunakan media sosial Instagram. Di Instagram, terdapat kolom komentar yang memungkinkan terjadinya interaksi antara pembuat konten dengan warganet. Peran kolom komentar sebagai sarana komunikasi dengan pewartaan sangat berkaitan erat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keaktifan pemilik akun Instagram @komsoskaj dan @komsoskas sebagai representasi Keuskupan Agung Jakarta dan Keuskupan Agung Semarang yang melakukan pewartaan di media sosial dalam menanggapi komentar umat yang hadir sebagai warganet. Teori komunikasi Mayfield yang mensyaratkan lima unsur, yakni partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas, dan konektivitas, menjadi alat analisis penelitian ini. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode netnografi. Dari hasil penelitian ini terlihat bahwa @komsoskaj dan @komsoskas tidak aktif dalam membalas komentar warganet sehingga hanya memenuhi unsur komunitas dalam teori Mayfield. Adanya satu syarat yang telah terpenuhi menjadi harapan untuk memaksimalkan empat syarat lain yang masih belum terpenuhi.

Kata Kunci: Pewartaan, Instagram, @komsoskas, @komsoskaj, Katolik.

PENDAHULUAN

Gereja sudah dan terus melakukan pewartaan seiring dengan perkembangannya, termasuk di dalam

media sosial. Kabar gembira yang dibawa oleh Kristus yang berinkarnasi menjadi manusia terus disampaikan sejak gereja perdana hingga masa kini (Adisusanto,

*Correspondence Address : agungnugrohosj@gmail.com

DOI : 10.31604/jips.v11i4.2024.1346-1353

© 2024UM-Tapsel Press

2017). Zaman yang terus berubah menyebabkan bentuk pewartaan juga terus berupaya menemukan caranya yang relevan. Tidak luput dari era digital masa kini, pewartaan di dunia digital pun tidak dapat dihindari dan harus diselami (Dokpen KWI, 2020).

Bentuk pewartaan dalam dunia digital dapat berbagai ragam. Teknologi informasi telah membuat upaya interaksi manusia menjadi semakin dinamis, bekerja, dan beribadah dalam era digital terus mengalami perkembangan. Gereja tidak luput dari dampak revolusi digital ini. Pewartaan gereja yang merupakan penyebaran ajaran iman dan pesan-pesan moral, telah mengalami transformasi yang cukup signifikan pula di dunia digital. (Dokpen KWI, 2020). Internet, media sosial, podcast, dan platform-platform digital lainnya memberikan gereja kesempatan untuk mencapai jangkauan yang lebih luas, berkomunikasi dengan umat secara lebih efisien. Selain itu, mempromosikan nilai-nilai keagamaan dengan cara yang baru dan inovatif juga dapat ditempuh sebagai dampak atas perkembangan dunia digital ini (Rukiyanto, 2012; 46).

Salah satu hal yang dapat dimasuki oleh gereja dalam upaya mewartakan kabar baik yakni menggunakan platform sosial media Instagram. Instagram saat ini digunakan oleh jutaan orang di Indonesia, bahkan dunia (Cindy, 2023). Data tersebut membuat relevan apabila gereja berani dan masuk ke dalam media Instagram sebagai sarana untuk pewartaan.

Antony Mayfield (2008) berpendapat bahwa dalam media sosial terdapat lima syarat yang harus dipenuhi agar suatu media sosial dapat menjalankan perannya dengan maksimal. Kelima syarat tersebut adalah:

1. Partisipasi: Media sosial dapat mendorong keikutsertaan dan tanggapan balik dari setiap orang yang

tertarik. Artinya, melalui media sosial dapat merelatifkan batasan antara media dan warganet. Reaksi dan tanggapan dari pembuat konten dan penerima konten menjadi lebih dimungkinkan untuk terjadi lebih cepat.

2. Keterbukaan: Media sosial sangat terbuka untuk terjadinya komunikasi umpan balik dibandingkan dengan media konvensional. Media sosial juga dapat membuat warganet untuk terdorong sehingga memilih, berkomentar dan berbagi informasi. Jarang ada hambatan untuk mengakses dan menggunakan konten, sebab konten yang dilindungi sandi tidak disukai.
3. Percakapan: Di saat media konvensional masih mendistribusikan konten ke khalayak secara satu arah, di sisi lain media sosial dikenal lebih baik dalam komunikasi dua arah.
4. Komunitas: Media sosial dapat membentuk komunitas dengan cepat. Kesamaan akan ketertarikan yang serupa dalam media sosial dapat membuat warganet menjadi mudah untuk menemukan sesamanya di dalam kelompok media sosial.
5. Konektivitas: Banyak dari media sosial yang kemudian berkembang pada keterhubungan ke situs-situs lain, sumber-sumber lain dan orang-orang lain. Penerimaan informasi tidak berhenti hanya satu orang saja. (Badri, 2011)

Penelitian ini hendak menganalisis interaksi gereja melalui Komunikasi Sosial (Komsos)-nya dengan pemberi komentar dalam menggunakan media sosial Instagram menggunakan teori komunikasi Mayfield di atas. Fokus dari penelitian ini adalah mencermati interaksi antara pemilik akun dan pemberi komentar dari media sosial Instagram yang dimiliki oleh gereja. Intensitas pemilik akun menanggapi dan membalas komentar warganet menjadi perhatian utama dari penelitian ini. Gereja yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Keuskupan-keuskupan Agung yang berada di regio Jawa, yakni Keuskupan Agung Jakarta (KAJ) dan Keuskupan Agung Semarang (KAS). Dua Keuskupan Agung di Pulau Jawa ini dipilih karena dapat menjadi tolok ukur ideal dalam menganalisis cara pewartaan di dalam media sosial, secara khusus melalui kolom komentar pada masing-masing akun Komsos-nya.

Manfaat penelitian ini adalah agar para pemegang akun media sosial Instagram, baik dari Keuskupan-keuskupan lainnya atau bahkan paroki-paroki lain di mana pun berada, dapat mencermati kembali cara berkomunikasi dengan umat yang hadir sebagai warganet. Oleh karena itu, penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengevaluasi dan mengembangkan cara berkomunikasi dalam media sosial Instagram bagi para pembaca. Secara khusus, penelitian ini bertujuan pula untuk memberikan kritik dan saran kepada admin dari pemegang akun Komsos Instagram kedua Keuskupan Agung tersebut, sehingga nantinya penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana pewartaan di dunia digital dapat semakin berkembang secara lebih baik lagi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif (Leavy, 2017) dengan menggunakan metode

netnografi. Netnografi merupakan cara studi untuk mendalami ruang maya di mana terdapat masyarakat tersendiri yang terdiri dari orang-orang yang berinteraksi satu sama lain dengan membentuk budaya dan sistemnya tersendiri (Kozinets, 2009).

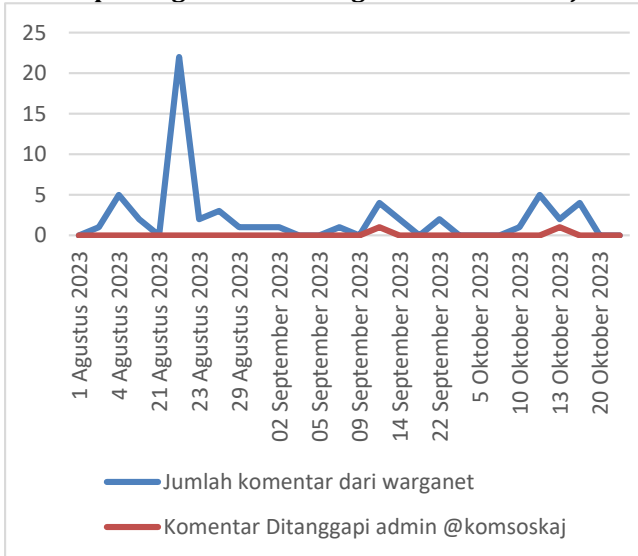
Penelitian yang dilakukan berdasarkan pada pengamatan akan interaksi di dunia maya. Secara khusus, dalam penelitian ini Instagram merupakan ranah penelitiannya. Sedangkan akun-akun Instagram yang menjadi komunitas penelitiannya adalah akun @komsoskaj dan @komsoskas. Sumber data primer dari penelitian ini adalah postingan pada kedua akun Instagram tersebut sejak tanggal 1 Agustus 2023 - 25 Oktober 2023. Data yang didapatkan dari kedua akun Instagram tersebut kemudian akan dianalisis menggunakan teori komunikasi media sosial menurut Mayfield. Sumber data sekunder dalam penelitian ini didapat dari informasi penelitian terdahulu, buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan penelitian ini. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah observasi pada kedua akun Instagram dari kedua Komsos (Komunikasi Sosial) milik Keuskupan Agung Jakarta dan Keuskupan Agung Semarang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

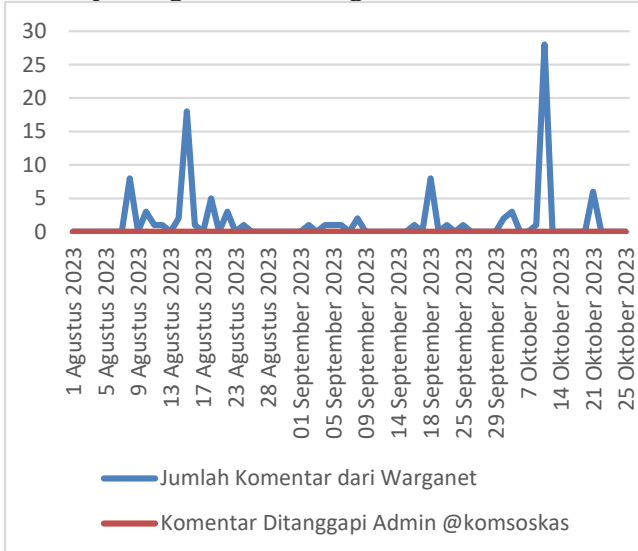
Hasil

Berdasarkan pengumpulan data dan penelitian secara netnografi yang dilakukan pada kedua akun Instagram milik Keuskupan Agung Jakarta dan Keuskupan Agung Semarang yang diwakili oleh akun @komsoskaj dan @komsoskas pada tanggal 1 Agustus 2023-25 Oktober 2023, didapatkan data sebagai berikut:

Tabel postingan akun Instagram @komsoskaj:



Tabel postingan akun Instagram @komsoskas:



Pembahasan

Postingan @komsoskaj dari segi isi konten dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu postingan informatif dan postingan inspiratif. Postingan informatif adalah postingan yang berisi informasi, seperti pengumuman acara, jadwal misa, atau informasi umum lainnya. Sedangkan postingan inspiratif adalah postingan yang berisi pesan-pesan moral atau motivasi, seperti katekese singkat atau surat gembala.

Total postingan dari akun @komsoskaj sejak Agustus 2023 hingga 25 Oktober 2023 sebanyak 28. Berdasarkan data yang diperoleh dari

akun @komsoskaj pada bulan Agustus 2023, terdapat beberapa postingan yang dipublikasikan, termasuk postingan/konten tentang promo ziarah pada 1 Agustus yang tidak mendapatkan komentar atau tanggapan. Postingan 'Katekese Singkat' pada 3 Agustus 2023 hanya menerima satu komentar tanpa ada tanggapan dari @komsoskaj. Konten tentang Pengumuman Perayaan Ekaristi pada 4 Agustus 2023 mendapat perhatian dengan lima komentar, disayangkan bahwa tidak ada respons dari @komsoskaj.

Pada tanggal 18 Agustus, terdapat postingan 'Katekese Singkat' yang menerima dua komentar tanpa adanya tanggapan dari pihak yang memposting. Sebaliknya, pengumuman workshop pada 21 Agustus 2023 tidak menerima komentar apapun. Namun, pada 22 Agustus 2023, postingan ucapan 'Selamat Ulang Tahun Tahbisan Episkopal Mgr. Suharyo' memperoleh perhatian besar dengan 22 komentar, akan tetapi tidak ada tanggapan dari pembuat postingan, @komsoskaj.

Sejumlah postingan 'Promo Acara Komsos' pada bulan Agustus dan awal September juga tidak mendapatkan tanggapan yang berarti. Postingan katekese singkat pada 8 September 2023 hanya menerima satu komentar tanpa adanya tanggapan lebih lanjut. Pengumuman Ekaristi pada 9 September 2023 dan 21 September 2023, serta postingan katekese singkat pada 22 September 2023, kembali lagi tidak mendapat komentar apapun.

Di bulan Oktober 2023, terjadi beberapa perubahan. Postingan tentang pelaksanaan Rabu Abu untuk tahun 2024 pada 12 Oktober 2023 mendapat lima komentar, namun tidak ada tanggapan dari @komsoskaj. Postingan promo acara komsos pada 13 Oktober 2023 menerima dua komentar dan satu tanggapan dari pembuat postingan. Komentar dari @komsoskaj kembali

tidak diberikan pada postingan 'Surat Gambala Hari Pangan Sedunia' pada 14 Oktober 2023, padahal postingan tersebut menerima empat komentar.

25 Oktober 2023 terdapat pengumuman Ekaristi yang menerima satu komentar, akan tetapi nyatanya tidak ada tanggapan lebih lanjut dari @komsoskaj. Pada akhir bulan Oktober, postingan katekese singkat pada 21 Oktober 2023 dan postingan promo acara komsos pada 20 Oktober 2023 tidak mendapatkan tanggapan apapun.

Data selanjutnya yang diteliti mencakup informasi mengenai postingan-postingan yang dipublikasikan dari 1 Agustus 2023 hingga 25 Oktober 2023 oleh @komsoskas. Selama periode tersebut, postingan-postingan tersebut sebagian besar berupa "Katekese Singkat" dan "Promo Acara Komsos". Namun, sangat terlihat bahwa sebagian besar postingan tidak mendapatkan tanggapan atau komentar apapun dari pembaca.

Di sisi lain terdapat data menarik pada 8 Agustus 2023. Terdapat sebuah pengumuman mengenai 'Pengumuman Ekaristi Tahbisan' yang menarik perhatian dengan menerima delapan komentar, akan tetapi sangat disayangkan bahwa tidak ada respons dari @komsoskas. Kejadian serupa terulang pada tanggal 10 Agustus 2023 dengan postingan "Berita RIP Mgr. Sutikno" yang menerima tiga komentar tanpa ada tanggapan dari @komsoskas.

Perhatian besar dengan 18 komentar terjadi pada tanggal 15 Agustus 2023 berkaitan dengan postingan 'Ucapan Selamat Tahbisan Baru'. Namun kembali disayangkan bahwa tidak ada tanggapan atau respons yang diberikan oleh @komsoskas. Pada tanggal 25 Oktober 2023, terdapat postingan 'Ucapan HUT Mgr. Ruby' yang mencuri perhatian dengan 28 komentar, tetapi sekali lagi, tidak ada respons atau tanggapan dari pembuat postingan.

Selama periode tersebut, postingan "Promo Acara Komsos" memiliki beberapa kasus di mana menerima sejumlah komentar, tetapi tidak ada respons atau interaksi lebih lanjut dari @komsoskas. Sebaliknya, postingan "Katekese Singkat" sebagian besar tidak mendapat tanggapan atau komentar apapun.

Pada bagian sebelumnya penulis telah mencoba menguraikan data hasil penelitian dengan mencermati tanggapan atas komentar yang masuk dalam postingan @komsoskaj dan @komsoskas. Secara garis besar, dari kedua akun tersebut tampak kekurangaktifan dalam memberikan tanggapan atas komentar warganet yang masuk. Pada bagian ini, penulis hendak menganalisis lebih lanjut berkaitan hasil temuan penelitian tersebut menggunakan teori Mayfield tentang lima syarat komunikasi media sosial.

Mayfield berpendapat bahwa terdapat lima syarat yang harus dipenuhi agar suatu media sosial dapat menjalankan perannya dengan maksimal. Kelima syarat tersebut antara lain: partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas dan konektivitas. Penjabaran dari masing-masing syarat ini dapat dilihat di bagian pendahuluan jurnal di atas. Selanjutnya, pada bagian ini peneliti akan menganalisis hasil data yang diperoleh dari @komsoskaj dan @komsoskas menggunakan lima syarat media sosial agar dapat menjalankan perannya dengan maksimal.

Pertama, syarat partisipasi. Dalam pengertiannya, media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik untuk memberikan tanggapan. Bentuk tanggapan dalam media sosial dapat beraneka ragam, mulai dari berkomentar, memberikan tanda suka (like), hingga membagikan kembali suatu postingan yang ada dalam media sosial. Dalam konteks penelitian ini, umpan balik yang diukur dalam akun

@komsoskaj maupun @komsoskas adalah komentar dalam postingan. Bentuk komentar yang muncul pun beraneka ragam, ada yang dalam rupa pertanyaan, ucapan selamat, atau sekadar berterimakasih atas postingan yang telah diberikan.

Pada postingan-postingan yang telah dilakukan di media sosial Instagram @komsoskaj dan @komsoskas, tidak banyak komentar yang masuk dari warganet. Hanya pada postingan-postingan tertentu saja yang mendapatkan cukup banyak komentar. Meskipun tidak banyak komentar yang masuk, namun sedikit pula atau bahkan akun @komsoskaj dan @komsoskas sebagai pemilik akun tidak juga membalas komentar warganet tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa aspek partisipasi sebagai syarat agar peran media sosial bekerja secara optimal tidak terpenuhi pada kedua akun Instagram tersebut.

Kedua, pada syarat keterbukaan. Media sosial terbuka untuk terjadinya komunikasi umpan balik, serta mendorong untuk memilih, berkomentar dan berbagi informasi. Segala macam bentuk tanggapan dari warganet dalam media sosial sangat mungkin terjadi. Menanggapi komentar yang diberikan warganet dalam komentar setiap postingan juga merupakan suatu bentuk keterbukaan dalam media sosial.

Dengan kekurangaktifan membalas komentar warganet yang dilakukan oleh akun @komsoskaj dan @komsoskas, dapat diartikan bahwa kedua akun tersebut belum sepenuhnya memiliki keterbukaan dalam bermedia sosial. Yang terjadi kemudian hanyalah komunikasi satu arah. Hal ini tentu tidak sejalan dengan syarat media sosial agar dapat menjalankan perannya dengan maksimal. Kurangnya keterbukaan ini membuat media sosial Instagram @komsoskaj dan @komsoskas tidak ubahnya papan pengumuman

konvensional yang terdapat di gereja-gereja.

Syarat ketiga agar media sosial menjadi sarana yang efektif menurut Mayfield adalah percakapan. Melalui syarat percakapan, perbedaan yang mencolok antara media sosial dengan media konvensional sangat terlihat. Saat media tradisional masih mendistribusikan konten ke khalayak, media sosial dikenal lebih baik dalam komunikasi dua arah. Reaksi yang timbul dari pemerhati postingan dapat langsung diamati dan ditanggapi.

Akun @komsoskaj dan @komsoskas belum secara tegas memenuhi syarat ketiga ini. Komunikasi satu arah masih dominan terlihat berdasarkan penelitian yang penulis lakukan. Percakapan yang dilakukan sangat sedikit terjadi, paling tidak itulah hasil yang dapat diambil dari penelitian terhadap kolom komentar kedua akun Komsos milik dua Keuskupan Agung yang ada di Pulau Jawa ini.

Keempat, pada syarat konektivitas disebutkan bahwa kebanyakan media sosial berkembang pada keterhubungan ke situs-situs lain, sumber-sumber lain dan orang-orang lain. Minimnya tanggapan dari akun @komsoskaj dan @komsoskas membuat syarat ini dapat terpenuhi. Ketidaktanggapan dalam menanggapi komentar warganet membuat komunikasi menjadi terputus. Keberlangsungan komunikasi mengandaikan terjadinya percakapan yang mengalir dari kedua belah pihak. Apabila dari pemilik akunnya saja sudah tidak menanggapi, maka akan sangat sulit untuk menjalin konektivitas di antara warganet dengan pemilik akun @komsoskaj dan @komsoskas, maupun dengan sesama warganet lainnya.

Dari lima syarat yang dipaparkan oleh Mayfield, penulis melihat bahwa hanya terdapat satu syarat yang terpenuhi dari akun

@komsoskaj dan @komsoskas. Syarat tersebut yakni komunitas. Kehadiran media sosial pada saat ini dapat membentuk komunitas dengan cepat. Komunitas tersebut khususnya terjadi dalam dunia virtual. Kolom komentar pada kedua akun Instagram ini secara tidak langsung memiliki dampak terbentuknya komunitas warganet yang memiliki kesamaan latar belakang. Dalam hal ini, kesamaan tersebut adalah warganet yang berasal dari lingkup masing-masing Keuskupan Agung yang memiliki akun Instagram melalui media Komsosnya ini.

Empat dari lima syarat komunikasi media sosial menurut Mayfield tidak terpenuhi pada akun @komsoskaj dan @komsoskas dalam memberikan tanggapan atas komentar warganet. Jika menggunakan presentase secara umum, hanya 20% saja kedua akun Komsos milik Keuskupan-keuskupan Agung di Jawa ini memenuhi kriteria yang baik dalam berkomunikasi di media sosial. Hal ini tentu memprihatinkan karena pewartaan dalam dunia digital erat kaitannya dengan komunikasi yang dilakukan. Pewartaan melalui media komunikasi @komsoskaj dan @komsoskas menjadi tidak efektif karena cara berkomunikasinya yang masih perlu dikembangkan lebih lanjut.

SIMPULAN

Secara umum, setelah mencermati data-data kolom komentar di akun Instagram @komsoskaj dan @komsoskas di atas dan menganalisisnya, peneliti dapat menemukan beberapa kesimpulan. Pertama, dapat dilihat bahwa meskipun terdapat postingan-postingan yang menarik perhatian pembaca dan mendapat komentar, baik @komsoskaj dan @komsoskas jarang bahkan tidak memberikan respons atau interaksi dengan komentar-komentar tersebut. Kedua, @komsoskaj dan @komsoskas

hanya memenuhi unsur komunitas dalam lima syarat komunikasi media sosial menurut Mayfield, sementara unsur partisipasi, keterbukaan, percakapan dan konektivitas masih belum terpenuhi. Hal ini menyebabkan dampak lebih lanjut yakni pewartaan yang dilakukan oleh @komsoskaj dan @komsoskas menjadi tidak maksimal. Ketiga, adanya syarat komunitas yang telah terpenuhi dalam @komsoskaj dan @komsoskas menjadi peluang untuk memenuhi keempat syarat komunikasi Mayfield lainnya. Usulan yang diberikan oleh penulis dapat menjadi pertimbangan agar komunikasi pewartaan khususnya melalui kolom komentar @komsoskaj dan @komsoskas dapat semakin lebih maksimal dalam melakukan pewartaan di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

Adi Susanto, F.X (pnrj). (2014). *Instrumentum Laboris; Mendidik di Masa Kini dan Masa Depan: Semangat yang Diperbarui*. Jakarta: Dokpen KWI.

Annur, Cindy Mutia. (2023). Jumlah Pengguna Instagram Indonesia Terbanyak ke-4 di Dunia. Katadata Media Network. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia>

Antony, Mayfield. (2018). *What is Social Media?* Icrossing: diunduh dari <http://www.icrossing.co.uk>.

Badri, M. (2011). *Komunikasi Pemasaran UMKM di Era Media Sosial*. Dalam Irwansyah & Budianto, H. (eds.). *Corporate and Marketing Communication*, pp. 127- 147, Jakarta: Puskombis Universitas Mercu Buana-Buku Litera.

Csonka, Ladislao. Adisusanto, pnrj. (2017). *Petunjuk untuk Katekese*. Jakarta: Dokpen KWI.

Katekismus Gereja Katolik. (1995). Ende: Nusa Indah.

Komsos KAJ. Akun Instagram @Komsoskaj. <https://www.instagram.com/komsoskaj/>

Komsos KAS. Akun Instagram
@Komsoskas.
https://www.instagram.com/komsos_kas/

Kozinets, Robert V. (2009).
Netnography: Doing Ethnographic Research
Online. Los Angeles: Sage Publications Inc.

Leavy. (2017). Quantitative,
Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, and
Community-Based Participatory Research
Approaches. New York and London: The Guilford
Press.

Pradana, Antonius Wahyu dan
Mulyatno, Carolus Borromeus. (November 2022).
Praktik Sanggar Guru Y.B. Mangunwijaya sebagai
Bentuk Komunitas Guru Belajar Secara Kontinyu.
Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan. Vol. 8, No. 22,
pp 219-229.

Rukiyanto, B.A. (2012). *Pewartaan di
Zaman Global*. Yogyakarta: Kanisius.

Syahreza, Fachri. (Januari 2018). *Motif
dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram di
Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan
Ekonomi UNIMED*. Jurnal Interaksi. Vol. 2, No. 1,
pp 61-84.

Watie, Errika Dwi Setya. (Juli 2011).
Komunikasi dan Media Sosial. The Messenger.
Vol. III, No. 1, pp 69-74.