



MINAT REMAJA KRISTEN TERHADAP KONTEN ROHANI DI FACEBOOK

Desi Yunisartika Liise, Liance Yuan

Sekolah Tinggi Teologi Star's LUB Luwuk Banggai

Penulis Korespondensi: masigimona5@gmail.com

Keywords:

teenagers, spiritual content, Facebook, interaction, social media

Kata Kunci:

remaja, konten rohani, Facebook, interaksi, media sosial

Abstract:

This research aims to explore teenagers' interest in spiritual content on Facebook, especially regarding frequency of use, type of content they like, and level of interaction. The results show that teenagers tend not to access spiritual content regularly and prefer content in the form of sermon videos and images or memes rather than long articles. Even though their main motivation was not to deepen their faith, spiritual content provided positive inspiration for the majority of respondents. However, the level of active interaction such as liking, commenting or sharing content is relatively low. The factors that most attract teenagers' attention are the presentation of interesting content, language that is easy to understand, and the relevance of the content in answering religious questions. These findings emphasize the importance of presenting content that suits teenagers' preferences to increase their engagement with spiritual content on social media.

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi minat remaja terhadap konten rohani di Facebook, khususnya terkait frekuensi penggunaan, jenis konten yang disukai, dan tingkat interaksi. Hasil menunjukkan bahwa remaja cenderung tidak sering mengakses konten rohani secara rutin dan lebih menyukai konten dalam bentuk video khotbah serta gambar atau meme daripada artikel panjang. Meskipun motivasi utama mereka bukan untuk pendalaman iman, konten rohani memberikan inspirasi positif bagi sebagian besar responden. Namun, tingkat interaksi aktif seperti memberi like, komentar, atau berbagi konten relatif rendah. Faktor yang paling menarik perhatian remaja adalah penyajian konten yang menarik, bahasa yang mudah dipahami, serta relevansi konten dalam menjawab pertanyaan keagamaan. Temuan ini menekankan pentingnya penyajian konten yang sesuai dengan preferensi remaja untuk meningkatkan keterlibatan mereka dengan konten rohani di media sosial.



PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin berkembang pesat, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan remaja. Platform-platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sumber informasi dan hiburan. Remaja menghabiskan waktu yang signifikan di media sosial, yang membuat media ini menjadi ruang yang penting untuk pembentukan identitas sosial dan spiritual mereka (Sitompul 2024). Dengan akses internet yang semakin mudah, remaja memiliki kemampuan untuk mencari dan mengonsumsi berbagai konten sesuai dengan minat mereka, termasuk konten yang bersifat rohani atau spiritual.

Media sosial menawarkan fleksibilitas dalam memilih jenis konten yang dikonsumsi, dari artikel, video, hingga gambar. Ini memungkinkan pengguna, khususnya remaja, untuk menemukan bentuk konten rohani yang paling relevan dan sesuai dengan kebutuhan spiritual mereka (Jakaria 2023). Bagi remaja Kristen, media sosial seperti Facebook menyediakan ruang di mana mereka bisa menemukan berbagai konten keagamaan, berinteraksi dengan komunitas gereja, serta memperdalam pemahaman iman mereka melalui khotbah daring atau tulisan-tulisan rohani. Hal ini menjadi semakin penting karena media sosial memungkinkan akses yang mudah dan cepat ke konten rohani, tanpa terikat oleh waktu dan tempat.

Tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi remaja juga aktif dalam berinteraksi dengan konten tersebut, misalnya dengan memberikan komentar, membagikan konten tersebut, atau mengirimkan lewat pesan ke teman-teman mereka. Aktivitas ini memperlihatkan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam kehidupan spiritual remaja modern (Lumban Gaol and Hutasoit 2021). Dengan demikian, media sosial menjadi lebih dari sekadar alat komunikasi, melainkan menjadi medium penting dalam pengembangan dan pemeliharaan identitas keagamaan di kalangan remaja.

Salah satu platform media sosial yang populer di Indonesia adalah Facebook. Platform ini tidak hanya digunakan untuk berinteraksi sosial, tetapi juga menjadi medium bagi pengguna untuk mengakses beragam informasi, termasuk konten rohani. Fenomena ini mencerminkan tren global di mana individu, khususnya generasi muda, semakin memanfaatkan media sosial untuk kebutuhan spiritual dan keagamaan mereka (Lumban Gaol and Hutasoit 2021).

Facebook memiliki beberapa keunikan yang membuatnya berbeda dari platform media sosial lainnya, terutama dalam hal fungsi dan dampaknya pada kehidupan sosial. Salah satu keunikan utama Facebook adalah kemampuannya untuk menghubungkan orang dari berbagai belahan dunia melalui jaringan pertemanan yang luas. Pengguna dapat menemukan teman lama, terhubung dengan keluarga, atau bergabung dengan komunitas yang memiliki minat yang sama melalui fitur "grup" dan "halaman" (Bheka and Tarihoran 2024). Selain itu, Facebook menawarkan diversifikasi format konten, termasuk teks, gambar,



video, hingga siaran langsung, yang memberikan fleksibilitas bagi pengguna untuk berkomunikasi dengan cara yang paling sesuai bagi mereka (Nasution 2020). Algoritma Facebook yang canggih juga menjadi salah satu keunggulannya, karena mampu mempersonalisasi umpan berita berdasarkan preferensi dan kebiasaan pengguna. Hal ini membuat konten yang muncul di beranda lebih relevan dan menarik bagi setiap individu (Erwin et al. 2024).

Selain personalisasi konten, keterlibatan sosial di Facebook juga didorong oleh fitur interaktif seperti tombol *like*, *comment*, dan *share* yang memungkinkan pengguna untuk aktif berpartisipasi dalam percakapan digital. Pengguna tidak hanya bisa menyukai dan mengomentari konten, tetapi juga dapat membagikannya dengan jaringan mereka, menciptakan interaksi yang lebih dinamis (Bheka and Tarihoran 2024). Fitur “grup” juga memungkinkan pengguna untuk bergabung dengan komunitas yang memiliki minat yang sama, baik itu terkait hobi, agama, maupun profesi. Hal ini membantu membentuk komunitas online yang kohesif, di mana pengguna dapat saling mendukung dan berbagi informasi (Putra Persela, Mahendra, and Rahmadiani 2022). Selain itu, integrasi Facebook dengan platform lain seperti Instagram dan WhatsApp membuatnya menjadi ekosistem digital yang lebih besar, di mana pengguna dapat berinteraksi secara lebih luas dalam berbagai aktivitas, mulai dari berbagi konten hingga transaksi bisnis (Herdiyani et al. 2022).

Keunikan lainnya adalah kemampuan Facebook untuk menyimpan jejak digital pengguna dalam bentuk *timeline*, yang memungkinkan pengguna mengakses kembali momen-momen penting dalam hidup mereka. Fitur ini menciptakan arsip digital pribadi yang dapat diakses kapan saja, menambah dimensi baru dalam pengelolaan memori digital. Dengan berbagai fitur dan fungsi tersebut, Facebook menjadi platform yang sangat fleksibel dan serbaguna, baik untuk interaksi sosial, pengembangan komunitas, hingga kebutuhan komersial (Setiadi 2016).

Konten rohani di Facebook telah menjadi salah satu elemen penting bagi banyak pengguna, khususnya di kalangan individu yang mencari inspirasi dan penguatan spiritual melalui media sosial. Facebook menyediakan platform yang memungkinkan penyebaran berbagai jenis konten rohani, seperti video khotbah, artikel keagamaan, gambar motivasi, serta meme bernuansa spiritual. Salah satu kekuatan utama Facebook adalah kemampuannya menghubungkan orang-orang dari berbagai latar belakang dalam komunitas-komunitas keagamaan, baik melalui grup atau halaman, yang didedikasikan untuk mendiskusikan ajaran agama, membagikan pengalaman spiritual, atau memberikan dukungan keagamaan (Lumban Gaol and Hutasoit 2021).

Bentuk konten rohani yang banyak diminati di Facebook mencakup video khotbah dan siaran langsung dari tokoh agama. Siaran langsung ini memungkinkan para pemimpin agama untuk menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis. Selain itu, artikel dan tulisan rohani sering kali dibagikan di platform ini sebagai sarana untuk memberikan



panduan, motivasi, atau solusi spiritual terhadap berbagai masalah kehidupan (Dwilestari and Dewantara 2019). Konten dalam bentuk gambar atau meme yang menyertakan kutipan-kutipan Alkitab atau pesan motivasi juga populer di kalangan pengguna muda, karena penyampaiannya yang sederhana dan mudah diakses.

Konten rohani di Facebook tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membangun komunitas yang solid di mana orang-orang dapat berbagi pandangan spiritual dan mendiskusikan pengalaman keagamaan mereka. Dalam beberapa kasus, komunitas online ini juga berfungsi sebagai sarana dukungan spiritual bagi individu yang membutuhkan inspirasi dan penguatan dalam perjalanan iman mereka.

Dengan semakin berkembangnya akses ke internet, Facebook telah menjadi medium yang penting bagi individu dan kelompok untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan, memperkuat iman, dan membentuk hubungan spiritual yang lebih dalam di era digital. Bagi remaja Kristen, konten rohani yang disajikan di platform seperti Facebook dapat menjadi salah satu sarana untuk memperkuat iman dan identitas keagamaan mereka. Sebuah studi menunjukkan bahwa konten rohani di media sosial memiliki potensi besar dalam membentuk persepsi keagamaan dan memperdalam keyakinan spiritual (Tale et al. 2024).

Pengaruh dari lingkungan sosial, seperti teman, keluarga, dan tokoh agama, juga turut mempengaruhi minat remaja dalam mengakses konten rohani di Facebook. Hubungan sosial yang kuat, ditambah dengan keterlibatan aktif di komunitas gereja yang ada di platform tersebut, dapat membantu remaja merasa lebih dekat dengan iman mereka. Media sosial dengan demikian tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga menjadi sarana penting dalam membangun dan memperkuat identitas keagamaan remaja Kristen (Jakaria 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana minat remaja Kristen terhadap konten rohani di Facebook? Apakah melalui aktifitas mereka yang tinggi dalam penggunaan media sosial, khususnya Facebook, remaja memiliki minat yang tinggi terhadap konten-konten rohani yang tersedia di sana?

Minat secara teoretis dapat didefinisikan sebagai kecenderungan atau perhatian yang intens terhadap suatu objek, aktivitas, atau gagasan tertentu yang menghasilkan perasaan senang, antusias, dan motivasi untuk terlibat lebih jauh dengan objek tersebut. Dalam psikologi, minat sering kali dipandang sebagai dorongan intrinsik yang mengarahkan perhatian individu pada suatu aktivitas atau subjek tertentu (Ena and Djami 2021). Minat dapat bersifat jangka panjang (berkelanjutan) atau jangka pendek (situasional), tergantung pada interaksi antara pengalaman individu dan karakteristik objek yang menarik perhatian mereka. Minat juga sangat terkait dengan motivasi, di mana semakin besar minat seseorang, semakin besar kecenderungan mereka untuk mengejar dan menghabiskan waktu pada aktivitas atau informasi yang berkaitan dengan minat tersebut (Ananda and Hayati 2020).



Dalam teori minat, Hidi dan Renninger (2019) menjelaskan bahwa minat dapat berkembang melalui empat fase utama: (1) minat situasional yang dirangsang oleh stimulus eksternal, (2) minat situasional yang dipertahankan, (3) minat individu yang berkembang, dan (4) minat individu yang berkelanjutan. Perkembangan minat ini sangat dipengaruhi oleh interaksi antara faktor internal individu (misalnya nilai-nilai pribadi dan pengalaman) dan faktor eksternal (misalnya penyajian informasi yang menarik). Minat yang berkelanjutan dapat meningkatkan keterlibatan individu dalam suatu aktivitas dan memperdalam pengetahuan serta pemahaman mereka tentang objek minat tersebut.

Jika konsep minat tersebut diterapkan pada remaja dan hubungan mereka dengan konten rohani di Facebook, minat situasional dan minat individu berkelanjutan memainkan peran penting. Remaja, sebagai kelompok usia yang sedang dalam proses pencarian jati diri dan nilai-nilai kehidupan, sering kali dipengaruhi oleh minat situasional yang dipicu oleh konten yang mereka temui di media sosial (Nugraeni 2024). Dalam konteks Facebook, minat situasional dapat muncul ketika remaja menemukan konten rohani yang relevan dengan pengalaman emosional, sosial, atau keagamaan mereka. Misalnya, video khotbah, artikel keagamaan, atau meme rohani yang menyentuh aspek kehidupan sehari-hari dapat memicu rasa ingin tahu dan ketertarikan remaja pada konten tersebut.

Minat yang berkelanjutan terhadap konten rohani dapat berkembang ketika remaja menemukan bahwa konten yang mereka akses di Facebook memberikan nilai-nilai yang sejalan dengan keyakinan atau kebutuhan spiritual mereka. Proses ini dapat diperkuat melalui interaksi sosial di platform tersebut, seperti melalui komentar, like, atau berbagi konten rohani dengan teman dan komunitas. Dengan demikian, konten rohani di Facebook tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai medium yang membantu memperkuat identitas keagamaan remaja (Tale et al. 2024).

Remaja juga cenderung tertarik pada konten yang relevan dengan kehidupan mereka dan disajikan dengan cara yang menarik, seperti penggunaan bahasa yang mudah dipahami dan visual yang menarik. Jika konten rohani di Facebook disajikan dengan menarik dan sesuai dengan gaya hidup digital remaja, minat mereka terhadap konten tersebut akan semakin meningkat. Hal ini dapat menyebabkan keterlibatan yang lebih mendalam dengan konten rohani dan memperkuat iman mereka melalui akses yang konsisten ke informasi yang relevan (Rudding et al. 2023).

Secara keseluruhan, minat remaja terhadap konten rohani di Facebook dapat dilihat sebagai hasil dari interaksi antara minat situasional yang dipicu oleh daya tarik konten dan minat individu yang berkembang melalui keterlibatan berkelanjutan dengan konten yang memperkuat nilai-nilai spiritual mereka. Proses ini menunjukkan bahwa minat remaja terhadap konten rohani di Facebook bukan hanya sekadar hiburan, tetapi juga merupakan bagian penting dari perjalanan spiritual mereka.



Penelitian dilakukan di SMA Negeri 3 Luwuk, Kabupaten Banggai, Propinsi Sulawesi Tengah, di kalangan siswa Kristen. Pada bulan Mei tahun 2024, pada saat penelitian ini dilakukan, jumlah siswa SMA Negeri 3 yang beragama Kristen adalah 22,17% dari total jumlah siswa sebesar 600 orang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang peran media sosial dalam mendukung pertumbuhan spiritualitas di kalangan remaja Kristen.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk mengukur minat remaja Kristen terhadap konten rohani di Facebook. Penelitian ini dilakukan di SMA Negeri 3 Luwuk, Sulawesi Tengah, dengan melibatkan 34 siswa sebagai sampel. Pemilihan sampel ini dilakukan untuk mendapatkan representasi dari kelompok remaja Kristen di sekolah tersebut. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan yang diukur dengan skala Likert (Sugiyono 2018), di mana responden diminta untuk menilai seberapa sering mereka mengakses Facebook, jenis konten rohani yang mereka sukai, faktor yang memotivasi minat mereka, serta tindakan interaksi seperti memberi like, komentar, atau membagikan konten. Kuesioner dirancang untuk mengeksplorasi berbagai aspek interaksi remaja dengan konten rohani di media sosial, mulai dari frekuensi penggunaan hingga faktor-faktor pendorong minat. Setelah data dikumpulkan, analisis dilakukan dengan menghitung rata-rata skor untuk setiap pernyataan, guna memahami kecenderungan umum responden dalam mengakses dan berinteraksi dengan konten rohani di Facebook. Hasil analisis ini memberikan gambaran tentang preferensi dan tingkat keterlibatan remaja dalam konsumsi konten spiritual di media sosial

HASIL PENELITIAN

Profil Responden

Responden penelitian ini terdiri dari 34 siswa SMA 3 Luwuk, dengan distribusi yang lebih besar di kelas 10 (25 orang) dibandingkan kelas 11 (9 orang). Dari segi jenis kelamin, terdapat keseimbangan yang relatif baik antara perempuan (18 orang) dan laki-laki (16 orang). Umur responden bervariasi berdasarkan kelas, yaitu 16 tahun untuk kelas 10 dan 17 tahun untuk kelas 11. Profil ini memberikan gambaran tentang kelompok usia dan jenis kelamin yang terlibat dalam penelitian mengenai minat remaja terhadap konten rohani di Facebook.



Tabel 1

Pernyataan		Rata-rata	Keterangan
Frekuensi dan durasi waktu menggunakan Facebook			
1.	Saya sering mengakses Facebook setiap hari.	1,94	Tidak Setuju
2.	Saya sering mencari konten rohani di Facebook.	2,24	Tidak Setuju
3.	Saya menghabiskan waktu lebih dari 30 menit sehari untuk melihat konten rohani di Facebook.	2,15	Tidak Setuju
Jenis konten rohani di Facebook yang disukai			
4.	Saya lebih suka konten rohani yang berupa video khotbah.	2,94	Setuju
5.	Saya sering membaca artikel rohani yang diposting di Facebook.	2,29	Tidak Setuju
6.	Saya tertarik dengan gambar dan meme rohani di Facebook.	2,76	Setuju
Faktor pendorong minat terhadap konten rohani di Facebook			
7.	Saya mengakses konten rohani di Facebook untuk memperdalam iman saya.	2,44	Tidak Setuju
8.	Saya merasa terinspirasi setelah melihat konten rohani di Facebook.	2,82	Setuju
Tindakan terhadap konten rohani			
9.	Saya sering memberikan like atau komentar pada konten rohani di Facebook.	2,47	Tidak Setuju
10.	Saya membagikan konten rohani yang saya anggap bermanfaat di Facebook.	2,21	Tidak Setuju
Pihak yang mempengaruhi			
11.	Saya mengakses konten rohani di Facebook karena dorongan dari teman-teman.	2	Tidak Setuju
12.	Keluarga saya sering membagikan konten rohani yang membuat saya tertarik untuk melihatnya.	2,68	Setuju
13.	Saya mengakses konten rohani di Facebook karena pengaruh dari tokoh agama yang saya ikuti.	2,32	Tidak Setuju
Manfaat mengakses konten rohani			
14.	Konten rohani di Facebook membantu saya merasa lebih dekat dengan komunitas gereja saya.	2,65	Setuju
15.	Saya merasa identitas keagamaan saya semakin kuat setelah mengakses konten rohani di Facebook.	2,47	Tidak Setuju
16.	Konten rohani di Facebook sangat relevan dengan masalah yang saya hadapi sehari-hari.	2,47	Tidak Setuju
Jenis konten Facebook yang disukai			
17.	Saya merasa konten rohani di Facebook disajikan dengan menarik.	2,62	Setuju
18.	Saya lebih tertarik pada konten rohani yang menggunakan bahasa yang mudah dipahami.	2,94	Setuju



19.	Konten rohani di Facebook sering kali memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan keagamaan saya.	2,56	Setuju
20.	Saya merasa konten rohani di Facebook sangat membantu dalam memperkuat iman saya.	2,85	Setuju

PEMBAHASAN

Tingkat Penggunaan Facebook

Dalam era digital saat ini, penggunaan media sosial oleh remaja telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Snapchat sering kali menjadi platform utama untuk berinteraksi dengan teman, berbagi pengalaman, dan mengikuti tren terbaru (Madjid and Subuh 2019). Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun remaja umumnya aktif di berbagai platform media sosial, penggunaan Facebook di kalangan responden ternyata kurang signifikan. Rata-rata skor di bawah 2,5 untuk frekuensi mengakses Facebook, mencari konten rohani, dan menghabiskan waktu di platform ini mengindikasikan bahwa Facebook bukanlah platform utama bagi mereka. Hal ini mencerminkan pergeseran dalam preferensi media sosial di kalangan remaja, di mana mereka lebih memilih platform yang menawarkan format konten yang lebih dinamis dan interaktif (Pea 2024).

Fenomena ini sejalan dengan temuan yang menyatakan bahwa popularitas Facebook di kalangan remaja telah menurun seiring dengan meningkatnya ketertarikan mereka terhadap platform media sosial yang lebih visual dan berbasis video. Dengan kata lain, meskipun Facebook masih memiliki basis pengguna yang besar, terutama di kalangan generasi yang lebih tua, remaja cenderung berpindah ke platform lain yang lebih sesuai dengan preferensi dan perilaku digital mereka. Oleh karena itu, meskipun Facebook merupakan salah satu media sosial yang penting, penggunaannya di kalangan remaja dalam penelitian ini relatif rendah dibandingkan dengan platform lain yang lebih populer saat ini (Firamadhina and Krisnani 2021) ("Remaja Makin 'Punah' Dari Facebook" 2024).

Jenis Konten yang Disukai

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa jenis konten rohani yang paling disukai oleh remaja di Facebook adalah video khotbah, diikuti oleh gambar dan meme rohani. Rata-rata skor menunjukkan bahwa video khotbah menjadi pilihan utama, sementara gambar dan meme juga cukup menarik bagi mereka. Sebaliknya, artikel rohani kurang diminati dan tidak menjadi pilihan utama untuk dibaca. Hal ini mencerminkan bahwa remaja lebih tertarik pada konten yang disajikan dalam format visual dan interaktif, yang lebih sesuai dengan pola konsumsi informasi mereka di media sosial.

Preferensi ini konsisten dengan temuan dari studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa format visual, seperti video dan gambar, sering kali lebih menarik bagi audiens muda



dibandingkan dengan format teks yang lebih panjang (Nasution 2020). Video khotbah memberikan pengalaman yang lebih dinamis dan engaging, sementara gambar dan meme menawarkan cara cepat dan menyenangkan untuk menyampaikan pesan rohani. Di sisi lain, artikel rohani mungkin dianggap kurang menarik karena formatnya yang memerlukan keterlibatan baca yang lebih mendalam dan waktu yang lebih lama, yang kurang sesuai dengan kebiasaan konsumsi informasi remaja di media sosial (Krisnawati 2016). Dengan demikian, temuan ini menunjukkan bahwa konten rohani di Facebook perlu disajikan dalam format yang lebih visual dan interaktif untuk lebih menarik perhatian remaja dan sesuai dengan preferensi mereka dalam mengakses informasi di platform ini (Firamadhina and Krisnani 2021).

Motivasi Mengakses Konten Rohani di Facebook

Motivasi remaja untuk mengakses konten rohani di Facebook tidak terpusat pada pendalaman iman, seperti yang ditunjukkan oleh skor rata-rata yang rendah pada pertanyaan terkait. Meskipun demikian, konten rohani di platform ini memiliki efek inspiratif yang diakui oleh remaja, dengan skor rata-rata menunjukkan bahwa mereka merasa terinspirasi setelah mengakses konten tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun motivasi utama mereka tidak langsung berhubungan dengan aspek spiritual atau keagamaan, konten rohani tetap memiliki peran penting dalam memberikan inspirasi dan dorongan positif.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konten yang inspiratif dan memotivasi dapat memiliki dampak yang signifikan pada keterlibatan pengguna, meskipun tidak selalu berkaitan dengan tujuan spiritual yang mendalam (Dwilestari and Dewantara 2019). Konten rohani yang inspiratif mampu menarik perhatian dan meningkatkan interaksi meskipun tidak menjadi faktor utama dalam pencarian spiritual remaja. Ini menunjukkan bahwa meskipun motivasi untuk mengakses konten rohani mungkin lebih bersifat sekunder, dampak positif yang ditimbulkan tetap memberikan nilai tambah bagi remaja, meningkatkan keterlibatan mereka di platform.

Kesimpulannya, meskipun pendalaman iman bukanlah motivasi utama, konten rohani yang inspiratif masih memainkan peran penting dalam kehidupan remaja, memberikan dorongan positif dan mempengaruhi keterlibatan mereka di Facebook (Jakaria 2023).

Bentuk Interaksi dengan Konten Rohani di Facebook

Interaksi remaja dengan konten rohani di Facebook, yang meliputi tindakan seperti memberi like, berkomentar, atau membagikan konten, tampak cukup rendah. Hal ini tercermin dari skor rata-rata yang menunjukkan bahwa responden tidak sering terlibat dalam aktivitas tersebut. Meskipun remaja mungkin mengakses atau melihat konten rohani, mereka tampaknya tidak secara aktif berpartisipasi dalam interaksi yang lebih mendalam. Rendahnya tingkat interaksi ini mengindikasikan bahwa meskipun konten rohani mungkin



dilihat, konten tersebut belum sepenuhnya resonan atau relevan dengan pengalaman dan minat mereka.

Penelitian lain menunjukkan bahwa interaksi pengguna di media sosial sering kali dipengaruhi oleh relevansi dan resonansi konten dengan kehidupan mereka (Dwilestari and Dewantara 2019). Konten yang kurang relevan atau tidak cukup menarik bagi audiens cenderung mendapatkan tingkat interaksi yang rendah, yang pada gilirannya dapat mengurangi penyebaran dan dampak konten tersebut. Dalam konteks ini, rendahnya keterlibatan dengan konten rohani menunjukkan bahwa konten tersebut mungkin belum sepenuhnya sesuai dengan preferensi atau kebutuhan spiritual remaja, sehingga mempengaruhi efektivitas dan penyebarannya di platform.

Oleh karena itu, untuk meningkatkan keterlibatan dan dampak konten rohani di Facebook, mungkin perlu dilakukan penyesuaian dalam cara penyampaian konten, dengan memperhatikan relevansi dan daya tarik yang lebih sesuai dengan minat serta pengalaman sehari-hari remaja.

Pihak yang Mempengaruhi Minat Remaja terhadap Konten Rohani di Facebook

Keluarga tampaknya memiliki peran yang lebih signifikan dalam mempengaruhi minat remaja terhadap konten rohani di Facebook dibandingkan dengan teman atau tokoh agama. Penelitian menunjukkan bahwa remaja lebih cenderung tertarik pada konten rohani yang dibagikan oleh anggota keluarga mereka daripada oleh dorongan dari teman atau pengaruh tokoh agama (Tabel 1). Rata-rata skor menunjukkan bahwa keluarga memainkan peran kunci dalam menentukan jenis konten yang dikonsumsi oleh remaja, menunjukkan pengaruh yang lebih kuat dalam membentuk minat dan keterlibatan mereka dengan konten rohani di platform tersebut.

Studi sebelumnya mendukung temuan ini, dengan menunjukkan bahwa keluarga sering kali menjadi sumber utama informasi dan pengaruh dalam berbagai aspek kehidupan remaja, termasuk kegiatan online mereka (Anatasya, Rahmawati, and Herlambang 2024). Keluarga berfungsi sebagai faktor penentu yang lebih stabil dalam kebiasaan dan preferensi remaja, termasuk dalam hal konsumsi konten media sosial. Berbeda dengan pengaruh teman atau tokoh agama, yang mungkin bersifat lebih sporadis atau kurang konsisten, dukungan dan dorongan dari keluarga cenderung lebih berdampak dalam menentukan minat remaja. Dengan demikian, dalam konteks konten rohani di Facebook, pengaruh keluarga terbukti menjadi faktor yang lebih dominan dalam membentuk minat dan keterlibatan remaja, menyoroti pentingnya peran keluarga dalam proses ini.

Dampak Akses terhadap Konten Rohani di Facebook

Secara keseluruhan, meskipun konten rohani di Facebook dapat membantu remaja merasa lebih dekat dengan komunitas gereja mereka, dampaknya terhadap penguatan identitas keagamaan dan relevansi dengan masalah sehari-hari dianggap kurang signifikan.



Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterhubungan sosial yang tercipta melalui konten rohani di Facebook lebih terfokus pada aspek sosial, seperti keterlibatan dengan komunitas gereja, dibandingkan dengan penguatan aspek spiritual yang lebih mendalam (Tabel 1). Hal ini konsisten dengan temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa media sosial, termasuk Facebook, cenderung memberikan manfaat sosial dan menciptakan rasa kebersamaan, tetapi sering kali gagal dalam memperkuat identitas keagamaan secara pribadi atau dalam memberikan solusi spiritual yang relevan dengan kehidupan sehari-hari (Tale et al. 2024). Konten rohani di media sosial mungkin lebih efektif dalam menciptakan rasa keterlibatan sosial, tetapi kurang dalam hal memberikan pengaruh mendalam pada aspek spiritual dan relevansi praktis.

Daya Tarik Konten Rohani di Facebook

Responden menganggap bahwa konten rohani di Facebook disajikan dengan menarik, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, dan sering memberikan jawaban atas pertanyaan keagamaan mereka. Penelitian ini menunjukkan bahwa penyajian konten yang menarik dan penggunaan bahasa yang jelas adalah faktor-faktor penting yang memengaruhi keterlibatan remaja dengan konten rohani di Facebook (Tabel 1). Skor rata-rata yang tinggi pada pernyataan ini menunjukkan bahwa elemen-elemen tersebut berhasil menarik perhatian remaja, yang mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan konten di platform.

Lebih lanjut, konten rohani di Facebook dianggap membantu dalam memperkuat iman remaja, yang mengindikasikan bahwa konten tersebut memberikan dampak positif pada aspek spiritual mereka (Dwilestari and Dewantara 2019). Hal ini menunjukkan bahwa selain penyajian yang menarik dan bahasa yang mudah dipahami, relevansi konten dalam menjawab pertanyaan keagamaan juga merupakan faktor kunci dalam keterlibatan remaja. Konten yang memberikan jawaban yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan spiritual mereka berkontribusi pada persepsi positif dan penguatan iman remaja.

Dengan demikian, faktor-faktor seperti penyajian konten yang menarik, bahasa yang mudah dipahami, dan relevansi konten dalam menjawab pertanyaan keagamaan adalah elemen kunci yang berkontribusi pada keterlibatan remaja dengan konten rohani di Facebook. Ini menekankan pentingnya memperhatikan cara penyampaian dan substansi konten untuk meningkatkan keterlibatan dan dampaknya pada audiens remaja (Rudding et al. 2023).

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun remaja mengakses konten rohani di Facebook, keterlibatan mereka dengan konten tersebut cenderung rendah, terutama dalam hal interaksi aktif seperti memberi like, komentar, atau berbagi. Mereka lebih menyukai konten yang berbentuk video khotbah dan gambar atau meme rohani daripada artikel panjang. Meskipun motivasi utama mereka bukan untuk pendalaman iman, konten rohani tetap memberikan inspirasi dan dorongan positif. Faktor seperti penyajian yang



menarik, bahasa yang mudah dipahami, serta relevansi konten dalam menjawab pertanyaan keagamaan memainkan peran penting dalam menarik minat mereka terhadap konten rohani di Facebook.

DAFTAR PUSTAKA

Ananda, Rusydi, and Fitri Hayati. 2020. *Variabel Belajar: Kompilasi Konsep*. CV. Puskidra MJ.

Anatasya, Ervina, Linda Cibya Rahmawati, and Yusuf Tri Herlambang. 2024. "Peran Orang Tua Dalam Pengawasan Penggunaan Internet Pada Anak." *Jurnal Sadewa: Publikasi Ilmu Pendidikan, Pembelajaran Dan Ilmu Sosial 2*, no. 1: hlm 234. <https://doi.org/10.61132/sadewa.v2i1.531>.

Bheka, T, and E Tarihoran. 2024. "Membangun Komunitas Iman Melalui Media Sosial Dengan Menggunakan Platfrom Yang Menarik." *Jurnal Magistra 2*, no. 2: 72-81. <https://doi.org/https://doi.org/10.62200/magistra.v2i2.101>.

Dwilestari, Anastasia, and Agustinus Wisnu Dewantara. 2019. "PENGARUH PENGGUNAAN FACEBOOK BAGI KEHIDUPAN ROHANI MAHASISWA STKIP WIDYA YUWANA." *JPAK: Jurnal Pendidikan Agama Katolik 19*, no. 2: 28-43. <https://doi.org/10.34150/jpak.v19i2.226>.

Ena, Zet, and Sirda H Djami. 2021. "Peranan Motivasi Intrinsik Dan Motivasi Ekstrinsik Terhadap Minat Personel Bhabinkamtibmas Polres Kupang Kota." *Among Makarti 13*, no. 2: 68-77. <https://doi.org/10.52353/ama.v13i2.198>.

Erwin, Erwin, R R Roosita Cindrakasih, Afrina Sari, Hita Hita, Yoseb Boari, Loso Judijanto, and Andi Caesar To Tadampali. 2024. *Pemasaran Digital: Teori Dan Implementasi*. PT. Green Pustaka Indonesia.

Firamadhina, Fadhlizha Izzati Rinanda, and Hetty Krisnani. 2021. "PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme." *Share : Social Work Journal 10*, no. 2: 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>.

Herdiyani, Sankist, Cecep Safa'atul Barkah, Lina Auliana, and Iwan Sukoco. 2022. "Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review." *Jurnal Administrasi Bisnis 18*, no. 2: 103-21. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>.

Hidi, Suzanne E., and K. Ann Renninger. 2019. "Interest Development and Its Relation to Curiosity: Needed Neuroscientific Research." *Educational Psychology Review 31*, no. 4 (December): 833-52. <https://doi.org/10.1007/S10648-019-09491-3/METRICS>.



Jakaria, Alo. 2023. "Efektifitas Media Sosial Sebagai Media Pengajaran Iman Kristen." *Jurnal Pendidikan Agama Dan Teologi* 1, no. 2: 64–81.

<https://doi.org/https://doi.org/10.59581/jpat-widyakarya.v1i2.248>.

Krisnawati, Ester. 2016. "Perilaku Konsumsi Media Oleh Kalangan Remaja Dalam Pencarian Informasi (Studi Kasus Perilaku Remaja Di Kota Salatiga Dalam Penggunaan Media Dalam Perspektif Teori Ketergantungan Media)." *Jurnal Ilmiah Komunikasi (KOMUNIKATIF)* 5, no. 1: 43–69. <https://doi.org/10.33508/jk.v5i1.923>.

Lumban Gaol, Rumondang, and Resmi Hutasoit. 2021. "Media Sosial Sebagai Ruang Sakral: Gereja Yang Bertransformasi Bagi Perkembangan Spiritualitas Generasi Z Dalam Era Digital." *KENOSIS: Jurnal Kajian Teologi* 7, no. 1: 146–72. <https://doi.org/10.37196/kenosis.v1i1.284>.

Madjid, Arlina, and Rahma D O Subuh. 2019. "Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Khairun." *ETNOHISTORI: Jurnal Ilmiah Kebudayaan Dan Kesejahteraan* VI, no. 2: 199–213. <https://doi.org/doi.org/10.33387/etnohistori.v6i2.2429>.

Nasution, Awal Kurnia Putra. 2020. "Integrasi Media Sosial Dalam Pembelajaran Generasi Z." *Jurnal Teknologi Informasi Dan Pendidikan* 13, no. 1: 80–86. <https://doi.org/10.24036/tip.v13i1.277>.

Nugraeni, Amelia. 2024. "Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Identitas Sosial Anak Muda." *Jurnal Inovasi Dan Tren* 2, no. 1: 142–47. <https://doi.org/https://doi.org/10.35870/ljit.v2i1.2247>.

Pea, Putri Sifra G. 2024. "Peran Gereja Untuk Menjaga Etika Dalam Menggunakan Aplikasi Tiktok." *MAGENANG: Jurnal Teologi Dan ...* 5, no. April: 46–55. <https://doi.org/10.51667/mjtpk.v5i1.1612>.

Putra Perssela, Rangga, Rajab Mahendra, and Winda Rahmadianti. 2022. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (JIMAKUKERTA)* 2, no. 3: 650–56. <https://doi.org/10.36085/jimakukerta.v2i3.4525>.

Rudding, Risdaryana, Femi Yanti Ramme, Delly Itania Ruben, and Sriweni Antika Masarrang. 2023. "TEKNOLOGI DAN HIDUP KUDUS: Bagaimana Generasi Z Mengintegrasikan Nilai-Nilai Kristen Dalam Era Digital." *Jurnal Kajian Pendidikan* 1, no. 1: 14–25.

Setiadi, Ahmad. 2016. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi." *Cakrawala-Jurnal Humaniora* 16, no. 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jc.v16i2.1283>.



Simon, Christophe. 2024. "Remaja Makin 'Punah' Dari Facebook." CNN Indonesia. 2024. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20240401104243-185-1081170/remaja-makin-punah-dari-facebook>.

Sitompul, Netty Tesa Yolanka. 2024. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Karakter Pemuda Masa Kini." *Jurnal Pendidikan Agama Dan Teologi* 2, no. 1: 42-59. <https://doi.org/https://doi.org/10.59581/jpat.widyakarya.v2i1.2344>.

Sugiyono, Sugiyono. 2018. "Metode Penelitian Kuantitatif." Bandung: Alfabeta.

Tale, Densa, Elentika, Gilbert Agryan Dwinata, Yetri Pani Sambalangi, and Monica Dei. 2024. "Tinjauan Pustaka Pengaruh Teknologi Dan Media Sosial Terhadap Spritualitas Umat Kristen." *HUMANITIS: Jurnal Humaniora, Sosial Dan Bisnis* 2, no. 1: 33-41.