

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Permasalahan**

Perkembangan teknologi komunikasi membawa perubahan besar dalam masyarakat. Perubahan-perubahan itu terjadi dalam berbagai bidang kehidupan, yakni dalam bidang ekonomi, sosial, politik, pendidikan, pertanian, industri dan juga dalam bidang komunikasi (Zamroni. 2009). Ini merupakan dampak dari adanya dukungan teknologi komunikasi yang memberikan input-input berupa informasi yang luas. Oleh karena itu, saat ini kita dapat melihat bahwa tidak ada lagi pelosok dunia yang tidak terjangkau oleh kecanggihan teknologi komunikasi. Seluruh belahan dunia menjadi tembus pandang, membuka diri dan siap untuk berubah. Kehadiran teknologi komunikasi telah memperpendek jarak antara daerah dan membuat dunia menjadi satu kesatuan karena saling terhubung satu dengan yang lain.

Salah satu perkembangan teknologi komunikasi yang marak digunakan sekarang ini adalah media sosial. Media sosial adalah bentuk media baru yang melibatkan partisipasi interaktif (Harvey, 2014).. Ada alasan mendasar yang membuat media sosial menjadi terkenal adalah adanya peluang bagi para pengguna untuk menerima dan membuat serta berbagi pesan dengan publik dengan biaya yang rendah (Hruska & Maresova, 2020). Dengan kemudahan yang ada, telah menembus batas ruang dan waktu, meningkatkan efisiensi dan efektivitas yang luar biasa bagi pengguna. Hal ini membuat komunikasi antara

sesama manusia menjadi lebih praktis dilakukan. Efektivitasnya dapat diandalkan karena informasi yang disampaikan dapat diterima langsung oleh penerima pesan dengan sedikit sekali kemungkinan distorsi.

Penggunaan media sosial telah menjadi kebutuhan dan tidak lagi hanya sekedar untuk kesenangan dan hiburan semata. Supratman mengatakan bahwa dalam banyak aktivitas dapat terselesaikan dengan mengakses secara mudah dan cepat melalui internet seperti halnya e-commerce, e-learning, transportasi, komunikasi dan masih banyak hal lainnya yang merupakan kontribusi dari adanya kemajuan teknologi yang dimanfaatkan dalam keseharian hidup manusia. (Supratman, 2018). Dengan adanya ketersediaan fasilitas tersebut mempermudah masyarakat dari berbagai umur dan status pekerjaan untuk memanfaatkannya. Semua orang akan gampang dan cepat mendapatkan informasi atau berita yang disuguhkan oleh beragam situs dan media sosial.

Di Indonesia, hingga tahun 2018, penetrasi pengguna internet telah mencapai 171,17 juta orang dari total populasi Indonesia yang berkisar sekitar 264,16 juta orang (APJII, 2018). Ini berarti bahwa sekitar 64,8% penduduk Indonesia telah tersentuh dengan kemajuan teknologi.

Sejalan dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, pemanfaatan media sosial untuk evangelisasi merupakan kesempatan yang luar biasa. Dikatakan demikian karena sistem komputersisasi dan telekomunikasi yang berkembang mempermudah penyampaian informasi kapan dan di mana saja. Pasasa (2015) mengatakan bahwa ada berbagai ajaran agama, bidah, dan sekte

juga merancang strategi baru menggunakan teknologi baru ini untuk menyebarkan ajarannya di seluruh dunia. Gereja Tuhan tidak ketinggalan untuk memanfaatkan teknologi modern untuk evangelisasi.

Paus Benediktus (dalam Bogešić, 2019) mengatakan bahwa evangelisasi adalah asal mula, dan tujuan dari Gereja, maka hendaknya kehadiran sebuah komunitas kristiani juga harus bermula dari sebuah pewartaan iman. Gereja katolik mendasarkan seluruh pewartaan kabar keselamatan Kristus melalui evangelisasi. Dengan melakukan evangelisasi orang lain bisa mengalami pembebasan dari segala sesuatu yang menindas terutama dari dosa dan dari segala yang jahat (Rymarz & Ed, 2010). Selain itu dengan berevangelisasi kerajaan Allah dapat dikenal, dicintai dan dimuliakan oleh semakin banyak orang sehingga hakekat gereja untuk melayani umat Allah dapat terlaksana. Dari uraian tujuan evangelisasi diatas yang diperlukan adalah hakekat dan isi `dari sebuah pewartaan. Menurut Paus Fransiskus pewartaan yang baik adalah pewartaan yang membawa sukacita bagi orang lain.(Viktorahadi.B, 2015).

Mengenai penggunaan teknologi sebagai media pewartaan Časni (2019) menjelaskan bahwa sepanjang sejarah, Gereja telah berupaya mengadopsi media baru untuk tujuan evangelisasi. Publikasi, percetakan, radio, dan televisi telah digunakan dan masih digunakan untukewartakan Injil Lebih lanjut Časni menjelaskan juga bahwa pada jaman dahulu media cetak memungkinkan Injil untuk menyebar dengan mudah dan murah. Radio menambahkan karakter suara dimana pesan yang disampaikan dapat dengan cepat menjangkau banyak orang tanpa ada batasan, dan televisi menambahkan gambar pada suara, sehingga

membuatnya menjadi media yang sangat efisien dan juga mahal untuk menyebarkan pesan Injil.

Justin Wise juga mengatakan bahwa tinta dan perkamen digunakan oleh Rasul Paulus dan yang lainnya untuk menyebarkan Injil. Hal ini sudah dianggap sebagai teknologi mutakhir pada masanya (White, Tella, & Ampofo, 2016a). Selama masa itu penyebaran injil terus dilakukan. Media terus mengalami suatu siklus perkembangan berdasarkan inovasi dan teknologi. Wise mencatat bahwa selama Reformasi Protestan, Martin Luther, menggunakan teknologi mutakhir pada zamannya, seperti mesin cetak untuk memproduksi dan mendistribusikan 'Luther Bible' (White et al., 2016a) Dia percaya bahwa inti dari penyebaran Injil adalah agar semua orang bisa memiliki akses tanpa batas kepada Tuhan, tidak hanya untuk dapat memohon untuk pengampunan dosa tapi yang terpenting, untuk hubungan intim secara pribadi dengan Tuhan. Di dunia yang penuh dengan teknologi, baik media elektronik maupun cetak telah digunakan sebagai alat bantu untuk pemberitaan Injil oleh para imam, Pendeta, Penginjil, Pengajar dan Misionaris (Light, 2004).

Konsili Vatikan II, (*Inter mirifica* 1963), tentang media komunikasi sosial menjelaskan bahwa pewartaan harus dimaklumkan sedemikian rupa sehingga pendengar dan pemirsa dapat dihantar untuk mengenal kehidupan Gereja dan mempelajari kebenaran agama. Para bapa gereja dalam sinode mendesak agar tanda-tanda jaman harus bisa dibaca. Tanda-tanda zaman di abad 21 adalah penggunaan media interaktif, yang mencakup berbagai bentuk media komunikasi. Dalam memperhatikan tanda-tanda jaman ini, Gereja didorong untuk

menggunakan media sosial untuk menjangkau dan memengaruhi orang banyak dengan cara yang lebih nyaman dan paling responsif. Dekrit Inter Mirifica yang dikeluarkan pada tanggal 4 Desember 1964 menjelaskan bahwa:

Media komunikasi sosial membuka peluang-peluang baru untuk menyalurkan dengan lancar segala macam berita, gagasan-gagasan, pedoman-pedoman dan yang pada hakekatnya mampu mencapai dan menggerakkan bukan hanya perorangan melainkan juga massa bahkan seluruh umat manusia misalnya media cetak, cinema, radio, televisi dan sebagainya. (Purwatma, 2016)

Dari penjelasan diatas dapat di tarik kesimpulan bahwa media sebagai sarana komunikasi hendaknya digunakan secara baik untuk memperlancar komunikasi bukan untuk orang-orang tertentu saja namun lebih luas untuk semua orang. Oleh karena itu gereja katolik universal harus terbuka dalam menerima setiap perubahan dan memanfaatkan peluang yang ada untuk karya pewartaan.

Evangelisasi yang diwartakan melalui media bukan hanya sekedar menyampaikan informasi tetapi lebih dari itu pewartaan yang disampaikan dapat membangun komunikasi iman yang menggembirakan hati banyak orang. Hal ini diungkapkan oleh Petrus Turang (2014) bahwa evangelisasi yang tersampaikan melalui media sosial hendaknya menjadi suatu kabar sukacita yang memberi pengharapan bagi orang banyak yang mengaksesnya., dengan demikian informasi atau pesan yang disampaikan sesuai dengan makna evangelisasi itu sendiri.

Bogešić (2019) mengatakan bahwa evangelisasi melalui Internet adalah mengkomunikasikan Injil danewartakan Kabar Baik, pesan keselamatan dan harapan, yang mengubah hidup orang berdosa menjadi hidup baru menuju keabadian. Komunikasi yang dilakukan oleh Gereja bukan saja tertuju kepada

orang percaya, anggota gereja saja, tetapi juga menjangkau masyarakat yang lebih luas. Dengan menggunakan Internet, Gereja berkomunikasi dalam skala global, juga dalam skala lokal. Dengan demikian media modern seperti media sosial memungkinkan pengguna untuk mengirim dan menerima pesan, bertukar pendapat, diskusi, dan pengiriman pesan teks dan video dengan memanfaatkan ruang cyber universal (Časni, 2019).

Michael Green (dalam Yinger, 2009) menekankan bahwa evangelisasi bukanlah propaganda manusia. Tuhanlah menjadi pusat dari pewartaan itu. Roh Kudus diberikan dengan tujuan memperlengkapi Gereja dalam bersaksi (Joel, 2006). Evangelisasi adalah ekspresi aktif dari kasih Tuhan kepada dunia yang terpuruk karena dosa. Inilah sebabnya mengapa gereja harus terbuka dalamewartakan kabar baik bukan saja kepada orang dalam gereja itu sendiri (*ad intra*) tetapi terlebih lagi untuk menginjili masyarakat luas yang merupakan bagian dari *ad extra*.

Perkembangan media sosial yang semakin maju ini menantang para imam untuk menggunakan media sosial secara baik dan bijaksana. Media sosial menawarkan ruang bagi semua orang yang telah dibaptis untuk menjalankan panggilan mereka sebagai murid misionaris. Media sosial menawarkan kesempatan yang sangat kuat bagi mereka untuk memberi kesaksian tentang penginjilan yang dapat diakses oleh orang lain. Pemanfaatan media sosial memungkinkan para pewarta menggunakan kesempatan-kesempatan besar untuk menyebarkan Injil Tuhan Yesus Kristus (Časni, 2019). Pemanfaatan media baru memungkinkan Gereja menggunakan peluang yang ada untuk menyebarkan Injil



Tuhan Yesus Kristus. Pertanyaan pentingnya adalah, bagaimana para imam memanfaatkan media sosial untuk kemuliaan Tuhan?

Sebagai kaum religious yang hidup di zaman modern ini dengan perkembangan teknologi internet dan pelbagai aplikasi yang tersedia membuat cara membangun hubungan terhadap satu sama lain menjadi berubah dan mengalami perkembangan. Sebagai pribadi manusia tentu setiap imam menginginkan kebenaran, berusaha untuk selalu menjalin relasi dengan orang lain. Mereka dituntut untuk lebih kreatif dalam memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang ada, terutama dalam kegiatan evangelisasi atau pewartaan sebagaimana yang disampaikan dalam dekret *inter mirifica*. Para imam dituntut untuk terbuka terhadap perkembangan jaman dan siap untuk menerima setiap perubahan yang terjadi mulai dari lingkup kecil sampai pada lingkup yang lebih luas.

Dalam dunia digital dengan adanya media sosial yang mengglobal ini para imam perlu menggunakan saluran komunikasi modern untukewartakan Kabar Baik. Hal ini penting supaya dapat menjangkau mereka yang ingin menemukan "jalan dan makna" dalam hidup mereka dan untuk mengatakan kepada mereka bahwa keselamatan hanya dapat diperoleh dalam Kristus, yang memiliki nilai kekal (Chastain, 2018).. Hidup baru yang penuh damai akan dilahirkan di dalam Tuhan. Dengan demikian maka kehadiran Kristus dalam diri dan hidup sehari-hari menjadi tanda yang terlihat sebagaimana tubuh Kristus ke dalam Gereja-Nya. Ini adalah misi setiap murid Kristus untuk menjadi "garam dan terang" dunia; untuk

menjadi sarana pembawa kabar sukacita bagi orang lain menuju Kristus melalui sikap hidup dan Tindakan yang benar.

Hasrat manusia akan media sosial mendorong seseorang untuk selalu bergantung pada media tersebut dan berusaha untuk memilikinya. Hal tersebut membuat para produser berupaya keras untuk menciptakan inovasi-inovasi baru berupa aplikasi dan kemudian menjualnya kepada konsumen dengan harga yang murah dan terjangkau. Murah dan mudahnya mengakses informasi dapat membangkitkan niat seseorang untuk secara terus menerus menggunakan media sosial sesuai dengan kebutuhannya.

Pada prinsipnya, para imam terlibat aktif dalam dunia Media Sosial karena rancangan Media Sosial yang begitu menarik, misalnya Facebook. Kehadirannya disamping sebagai media baru untuk berkomunikasi dan bersosialisasi, Media Sosial ini juga mempunyai dampak peneting juga dalam berbagai dimensi, misalnya dalam dunia jurnalisme, public relation, dan pemasaran online (Daris.K, 2020) Dampak positif dari Media Sosial adalah memudahkan orang untuk berinteraksi dengan banyak orang lain, memperluas pergaulan, sehingga jarak dan waktu bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, informasi dapat disalurkan dengan cepat dan biayanya relatif murah. Sedangkan dampak negatif dari Media Sosial adalah, jika tidak digunakan secara bijak media sosial dapat mengancam kehidupan panggilan para seseorang (Simon, 2020). Pengaruh buruk dari Penyalagunaan media sosial ini bisa melunturkan nilai-nilai moral kristiani yang sudah dihidupi sejak dahulu kala dalam diri seseorang. Akhirnya



media sosial menjadi hal yang utama yang harus diprioritaskan daripada Tuhan dan sesama manusia.

Media sosial yang pada mulanya diciptakan untuk membantu kelancaran kehidupan manusia kini menjadi boomerang. Manusia dengan segala kemampuannya tidak sanggup melawan pesatnya perkembangan media tersebut. Mental dan pikiran manusia pada era ini sudah diringkus oleh media, orang bisa berjam-jam mengakses media sehingga membuat mereka menjadi sulit dan bahkan sudah kecanduan oleh media (Yuniat, 2019). Media Sosial tidak lagi dilihat sebagai perpanjangan tubuh manusia, tetapi sebagai bagian dari diri manusia. Oleh karena itu, Media Sosial menjadi sebuah kebutuhan yang sulit dilepaskan dari hidup manusia. Akibatnya, muncul masalah-masalah yang sebelumnya tidak disadari seperti konsumerisme dan materialisme. McLuhan mengatakan bahwa teknologi yang diciptakan manusia untuk menguasai dunia, sekarang mulai menguasai manusia sendiri (Maurenis, 2020).

Mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana evangelisasi ada beberapa penelitian yang mengkaji tentang tema tersebut. Bernadeta Runi Asih, (2020) meneliti tentang pemanfaatan media sosial Whatsupp sebagai media pewartaan iman dalam era digital di Lingkungan St. Yohanes Maria Vianey Paroki Wates Yogyakarta. Penulis memfokuskan penelitiannya pada umat lingkungan paroki wates sebagai objek penelitian, bagaimana mereka memanfaatkan aplikasi WhatssUp untuk mengirim pesan-pesan yang berkaitan dengan injil Tuhan. Penelitian yang hampir sama juga dilakukan oleh (Okselviana. A. D ( 2016) tentang “penggunaan new media sebagai media

komunikasi jemaat GBI keluarga Allah Solo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan new media sebagai sarana komunikasi yang dilakukan oleh jemaat gereja”. Dan yang ketiga penelitian yang dilakukan oleh (Sudaryatno. Y, 1998) penulis memfokuskan objek penelitiannya pada para praktisi studio audio visual dan komisi komsos KAS Bintaran Yogyakarta.

Dari ketiga penelitian diatas sama-sama membahas tentang pemanfaatan media sosial dalam gereja namun yang berbeda adalah penelitian Asih menjadikan Whatsup sebagai objek penelitiannya, penelitian Okselviana mencakup tiga media yang dipakai dalam Gereja yakni radio streaming, gereja internet dan live streaming. sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sudaryatno melihat dari sudut pandang bagaimana gereja memanfaatkan media komunikasi sosial baik media komunikasi massa maupun media komunikasi elektronik untuk karya evangelisasi baru. Kesamaan lainnya adalah para peneliti mengkaji tentang bagaimana umat atau jemaat dalam gereja memanfaatkan media sosial untuk menunjang karya evangelisasi. Dari ketiga penelitian di atas hampir sama dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti namun ada hal yang berbeda dari penelitian ini adalah peneliti akan lebih spesifik meneliti tentang bagaimana pemanfaatan media sosial oleh para imam.

Pada penelitian terdahulu para peneliti memfokuskan penulisannya pada pemanfaatan media sosial oleh umat atau jemaat yang mana dalam temuan penelitian mereka mengatakan bahwa dengan adanya media sosial dapat membantu umat atau jemaat untuk mengakses informasi tentang renungan-renungan kitab suci yang membantu memperkaya iman umat itu sendiri hal ini

ditegaskan oleh Asih dalam penelitiannya bahwa melalui media sosial pengetahuan iman umat semakin luas karena adanya *shering* iman berupa renungan yang dibagikan melalui media sosial.

Dalam penelitian ini peneliti akan meneliti hanya kepada para imam sebagai orang-orang terthabis. Menarik untuk meneliti tentang para imam karena dalam ajaran Gereja Katolik, seorang imam adalah orang yang merayakan ibadat atas nama Kristus, Sang Kepala dan Gembala. Imam ditahbiskan dan disucikan untuk mempersembahkan persembahan dan kurban demi penghapusan dosa umat. Para imam hidup di tengah dunia untuk menjadi pengantara manusia dan Allah. Mereka meneladani pribadi dan sikap hidup dari Yesus Kristus. Yesus sebagai Imam Agung. Konsili Vatikan II, *Dekret Presbyterium Ordinis* (dalam Simon, 2020) telah mengangkat dan memberikan kuasa kepada para rasul untuk menjadi pemimpin dan pelayan bagi umat Allah. Tugas dan tanggungjawab para rasul diteruskan oleh para Uskup dan didukung oleh para imam. Para imam menjadi rekan kerja dan ikut-serta dalam pelayanan seorang Uskup sebagai gembala umat

Dari tugas dan tanggung jawab imam yang sudah dipaparkan diatas maka pada penelitian ini peneliti akan mengkaji tentang pengalaman para imam dalam memanfaatkan media sosial. Ada penjelasan tentang konsumsi media dan agama yang dikemukakan oleh (Collins & Sturgill, 2013) bahwa hubungan antara kelompok religius dan media itu rumit. Analisis Bendroth (Collins & Sturgill, 2013) tentang penganut fundamental Kristen dan media mengatakan bahwa adanya keinginan untuk memiliki kehidupan yang murni dan terpisah dari media dan keinginan untuk menggunakan media untuk memberikan kesaksian dan

pewartaan kabar gembira. Untuk para pewarta kristiani Schulze (Sitten, 2011) menulis bahwa mereka melihat media terutama sebagai sarana penginjilan. Dari pandangan di atas penulis akan melihat dan meneliti sejauhmana pengalaman para imam dalam memanfaatkan sosial media.

Peneliti menganggap penting untuk mengkaji bagaimana pemanfaatan media social oleh para imam karena dengan memahami pemanfaatan media social oleh para imam tersebut dapat menginternalisasi nilai-nilai pastoral bagi agen pastoral (Daris.K, 2020). Lebih lanjut Daris mengatakan bahwa dengan meneliti tentang pemanfaatan media sosial terhadap para imam dapat menemukan benih-benih kebaikan dan kebenaran yang ada dalam Media Sosial sehingga dapat membantu Gereja dalam setiap tugas pastoral pewartaan yang bermuatan cinta kasih bagi sesama.

Selain itu peneliti juga melihat bahwa pendekatan yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah pendekatan literatur. Peneliti melihat bahwa masalah pemanfaatan media sosial tidak cukup bila dilakukan dengan pendekatan literatur semata karena *literatur approach* membatasi kegiatan hanya pada bahan-bahan koleksi perpustakaan saja tanpa ada riset lapangan (Khatibah, 2011). Peneliti melihat bahwa literatur di atas perlu dilengkapi dengan penelitian berdasarkan data lapangan yang mengungkapkan pandangan-pandangan subyek. Dalam pandangan peneliti, pendekatan yang selaras untuk menggali pengalaman para imam dalam memanfaatkan media sosial adalah dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi mencoba untuk menggali pengalaman subjek tentang suatu peristiwa atau fenomena sosial yang dialami (Nindito, 2013).

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang pemanfaatan media sosial sebagai sarana evangelisasi oleh para imam.

## **1.2 Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah**

Kegiatan mewartakan kabar sukacita injil terus berjalan dalam dunia yang super maju saat ini. Kemajuan dunia yang semakin cepat, terlebih dalam invensi teknologi komunikasi menuntut para imam untuk tidak menutup mata tetapi berusaha untuk menerima dan mengikuti dengan penuh atensi serta sedapat mungkin menggunakannya untuk karya evangelisasi. Sebab dalam era milenial sekarang ini media sosial menjadi sarana yang efektif dan baik bagi karya evangelisasi. Persoalannya ialah apakah para imam memanfaatkan sarana tersebut secara benar dan efektif demi karya evangelisasi?

Pada penelitian ini peneliti akan mencoba memfokuskan penelitian pada pengalaman para imam dalam memanfaatkan media sosial dengan melihat realitas dunia yang cenderung mendewakan hal-hal duniawi. Camerling, Lauled, & Eunike (2020) dalam penelitian tentang bermisi melalui media sosial di era 4.0 mengatakan bahwa fenomena yang mewabah di media sosial ialah hate speech (ujaran kebencian), berita hoax, penipuan yang menyebar di media social. Para Imam yang adalah gemabala umat mulai ditantang untuk menggunakan media sosial sebagai sarana evangelisasi.

Alasan peneliti mengambil tema tersebut diatas karena beberapa alasan. Alasan pertama penulis tertarik dibidang komunikasi sosial terutama yang berkaitan dengan media sosial secara khusus facebook. Hal ini berdasarkan

observasi penulis selama menjalankan karya pastoral di Kalimantan dimana banyak imam menggunakan sosial media facebook baik untuk kepentingan kerasulan maupun untuk kebutuhan pribadi.

Alasan kedua, Gereja saat ini sudah mulai marak menggunakan media sosial untuk pelbagai aktivitas. Para imam dalam Gereja sudah berlomba-lomba menggunakan media sosial facebook untuk banyak kepentingan. Berdasarkan focus penelitian yang sudah diuraikan diatas maka peneliti dapat merumuskan masalah penelitiannya adalah bagaimana pengalaman para imam dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana evangelisasi?

Untuk mendukung jalannya penelitian ini maka peneliti menyusun pembatasan penelitian sebagai berikut:

#### 1. Waktu Penelitian

Waktu penelitian akan dibatasi selama periode Januari sampai dengan Desember 2021 karena dalam periode ini tingkat penyebaran covid 19 masih sangat tinggi sehingga semua masyarakat dihimbau untuk tetap mentaati protokol kesehatan termasuk himbaun kepada gereja. Berdasarkan surat edaran Menteri Agama republik indonesia No. 13 tahun 2021 mengatakan bahwa untuk mencegah, mengendalikan, dan memutus mata-rantai penyebaran Cororua Virus Disease 2019 (COVID-19) yang mengalami peningkatan di berbagai daerah dengan munculnya varian baru dan untuk memberikan rasa aman kepada



masyarakat, perlu melakukan pembatasan pelaksanaan kegiatan keagamaan di rumah ibadat. (Surat Edaran menteri Agama, 2021)

## 2. Tempat penelitian

Lokasi yang dipilih peneliti untuk melakukan penelitian ini adalah di wilayah pedalaman kalimantan. Peneliti memilih kalimantan karena berdasarkan data survey penggunaan teknologi informasi dan komunikasi propinsi Kalimantan tengah mencatat penggunaan media sosial di rural area sebesar 33,23% dari total penduduk 2,65 juta (KOMINFO, 2017)

## 3. Informan yang akan menjadi subyek penelitian adalah para imam yang berusia 30-45 tahun karena dalam usia-usia tersebut dikatakan sebagai usia produktif. Berdasarkan data Badan pusat statistik penduduk usia itu dianggap sudah mampu menghasilkan barang maupun jasa dalam proses produksi (Aprilyanti, 2017) dan juga peneliti memilih usia 30-45 karena imam adalah orang-orang terpanggil yang harus melakukan ibadat secara teratur, dengan tanggung jawab penuh dan memiliki persiapan rohani yang diperlukan oleh umatnya secara baik (Santi, 2014)

### 1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah ditetapkan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggali dan mengetahui sejauhmana pengalaman pemanfaatan media sosial dalam oleh para imam?

#### 1.4 Signifikansi Penelitian

Signifikansi yang diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah kajian dalam bidang ilmu komunikasi yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi komunikasi secara umum, dan secara khusus berkaitan dengan pemanfaatan media sosial sebagai sarana evangelisasi oleh para imam dengan mengacu pada teori *religious social shaping of technology*.

Selain itu hasil penelitian ini mampu memberi masukan dan menjadi refrensi bagi Para imam khususnya para imam yang aktif dalam menggunakan media sosial facebook bagaimana memanfaatkan media sosial sebagai sarana evangelisasi untuk dapat membantu Gereja dalam setiap tugas pastoral pewartaan yang bermuatan cinta kasih bagi sesama.