

## **Penggunaan Facebook Oleh Orang Muda Katolik Paroki Santo Yosep Poka-Rumahtiga: Tinjauan Etis-Pastoral**

**Welhelmina Londar**

Sekolah Tinggi Pendidikan Agama Katolik Santo Yohanes Penginjil Ambon, Maluku, Indonesia  
welhelminalondar122@gmail.com

**Costantinus Fatlolon**

Sekolah Tinggi Pendidikan Agama Katolik Santo Yohanes Penginjil Ambon, Maluku, Indonesia  
costanfatlolon@stpakambon.ac.id

### **Abstrak**

Tulisan ini merupakan hasil penelitian lapangan tentang penggunaan Facebook di kalangan Orang Muda Katolik (OMK) di Paroki Santo Yosep Poka-Rumahtiga dari perspektif etika dan pastoral berdasarkan pandangan Dekrit Inter Mirifica. Pertanyaan penelitian ini adalah: “Apakah facebook telah digunakan secara etis oleh Orang Muda Katolik dalam karya pastoral di Paroki Santo Yosep Poka-Rumah Tiga?” Pertanyaan ini dijawab melalui pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar OMK telah memahami dan menerapkan prinsip-prinsip etika komunikasi dalam menggunakan facebook: tanpa etika komunikasi, facebook dapat menjadi alat dan sarana propaganda, perpecahan, dan konflik. Namun sebagian OMK juga mengakui bahwa mereka mengalami keterasingan, kesendirian, dan ilusnasi karena kurang mampu mengontrol diri dalam menggunakan facebook. Hal ini menuntut para pemimpin paroki untuk terus mensosialisasikan nilai-nilai etis seperti solidaritas, subsidiaritas, keadilan, kesetaraan, akuntabilitas, kepercayaan, dan partisipasi publik (termasuk orang tua, Pastor Paroki, Ketua DPP dan Ketua OMK). Dalam karya pastoral OMK, semua pihak yang berkepentingan wajib memperhatikan aspek spiritualitas (relasi dengan Allah), komunal-ekklesial (relasi persaudaraan OMK dan Gereja), dan misioner (evangelisasi). Penelitian ini menyimpulkan bahwa facebook dapat menjadi sarana karya pastoral efektif apabila OMK Paroki Poka menggunakannya secara etis, dan mengikuti pedoman Gereja Katolik tentang media komunikasi sosial untuk menyebarkan pesan cinta kasih, keadilan, persaudaraan dan perdamaian.

**Kata Kunci:** *Etika Komunikasi, Facebook, Inter Mirifica, Orang Muda Katolik, Karya Pastoral*

### **Abstract**

This paper is the result of field research on the use of Facebook among Catholic Youth (CY) in the Parish of Saint Joseph Poka-Rumahtiga from an ethical and pastoral perspective based on the view of Inter Mirifica Decree. The research question is: “Has Facebook been used ethically by Catholic Youth in pastoral work of the Saint Joseph Parish, Poka-Rumah Tiga?” This question is answered through a qualitative approach with interview and observation techniques. The results of the study show that most CY have understood and applied the principles of communication ethics in using Facebook: without communication ethics, Facebook can become a tool and means of propaganda, division, and conflict. However, some also admit that they experience alienation, loneliness, and illusion because they are unable to control themselves using Facebook. This requires the parish leaders to continue to socialize ethical values such as solidarity, subsidiarity, justice, equality, accountability, trust, and public participation (including parents, Parish Priest, Pastoral Council Chair, and CY Chair). In the pastoral work of CY, all stakeholders must pay attention to the aspects of spirituality (relationship with God), communal-ecclesial (relationship between CY and the Church), and missionary (evangelization). This study concludes that Facebook can be a means of effective pastoral work if CY of Poka Parish uses it ethically and follows the guidelines of the Catholic Church on social media communication to spread messages of love, justice, brotherhood, and peace.

**Keywords:** *Catholic Youth, Communication Ethics, Facebook, Inter Mirifica, Pastoral Work*

## Pendahuluan

Pada hakikatnya manusia merupakan makhluk komunikatif, yaitu pribadi yang tidak pernah berada dalam kesendirian melainkan senantiasa terbuka dan terarah kepada sesamanya. Dalam dan melalui komunikasi, manusia membangun kebersamaan dan persatuan dengan orang lain untuk mencapai kebaikan bersama. Komunikasi dengan sesama dapat terjadi baik secara lisan dan tulisan maupun secara pribadi dan kelompok dalam berbagai organisasi dan asosiasi politik-kemasyarakatan. Atas dasar ini Aristoteles, sebagaimana dikutip Fatlolon (2024), menyebut manusia sebagai makhluk politik-sosial (*animal politicum et socialis*), yaitu pribadi yang secara alamiah memiliki kecenderungan dan kemampuan untuk bersosialisasi dan terlibat dalam berbagai jenis asosiasi politik.

Dalam berkomunikasi dan bersosialisasi dengan sesama, di satu pihak, manusia membuka diri sebagai subyek otonom, otentik, bebas dan bertanggungjawab di hadapan dan bagi kehadiran orang lain. Kehadiran orang lain, di lain pihak, menjadi kesempatan bagi seseorang untuk berkembang menjadi diri sendiri yang otonom, otentik, bebas dan bertanggungjawab serta menjadi “berkat” bagi sesamanya. Dengan demikian, komunikasi menjadi “jalan masuk” atau “gerbang” bagi seseorang untuk menyatakan hakikat dirinya sekaligus menerima orang lain sebagai subyek yang otonom, otentik, bebas dan bertanggungjawab (Fatlolon, 2024).

Untuk mengkomunikasikan dirinya, manusia menggunakan banyak media seperti radio, telepon, televisi, surat kabar, pamflet dan lain sebagainya. Bersamaan dengan perkembangan ilmu dan teknologi, manusia juga mengembangkan dan menggunakan berbagai bentuk media sosial seperti facebook, twitter, instagram, whatsapp, dan sebagainya untuk saling berkomunikasi dan berinteraksi secara hangat. Akan tetapi, kadang media sosial digunakan secara salah oleh sebagian orang, termasuk kaum muda, untuk melakukan ujaran kebencian dan menyebarkan berita bohong di ruang publik, atau konten-konten yang merugikan diri sendiri, orang lain, dan kepentingan bersama. Situasi ini merupakan tantangan sekaligus peluang bagi Gereja Katolik untuk menyiasati kehadiran salah satu media sosial yaitu facebook yang sangat populer di masyarakat, teristimewa di kalangan Orang Muda Katolik (OMK) Paroki Santo Yosep Poka-Rumahtiga.

Banyak penulis telah membahas penggunaan Facebook dari berbagai sudut pandang. Muhammad Syaeba (2016) berbicara tentang etika berkomunikasi di Facebook. Ia secara khusus menekankan kasus pelecehan online di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Pemerintahan Universitas Al Asyariyah Mandar. Peneliti menggunakan teori psikologi untuk menunjukkan bahwa tindakan pelecehan memiliki dasar psikologis yang lebih luas dan terjadi karena berbagai alasan, seperti marah dan ingin balas dendam, frustrasi, mencari perhatian, hanya ingin bercanda, atau hanya ingin bercanda. Kedua tulisan ini menekankan betapa pentingnya menjaga etika saat menggunakan Facebook dan bagaimana hal itu berdampak pada kaum muda. Mereka berbeda karena artikel pertama melihat tindakan bullying, sedangkan artikel ini membahas penggunaan Facebook dari sudut pandang pastoral dan etika berdasarkan ajaran Dekrit Inter Mirifica.

Sebuah penelitian kualitatif oleh Dedimus Berangka dan Machtildis Getrudis Via (2024) menemukan bahwa OMK di Paroki Santo Petrus Erom tidak terlibat secara aktif dalam kegiatan rohani, meskipun mereka menggunakan Facebook setiap hari. Berdasarkan pandangan teologi pastoral, penulis menyarankan agar OMK bekerja sama dengan para katekis lebih banyak dalam merencanakan program kerja, dan agar pengurus OMK mendapatkan bimbingan untuk menjadwalkan dan melaksanakan semua kegiatan dengan baik. Kesamaan kedua tulisan ini adalah bahwa mereka membahas penggunaan Facebook oleh OMK. Tulisan sebelumnya berfokus pada pengaruh Facebook terhadap keterlibatan OMK dalam kegiatan rohani di Paroki St. Petrus Erom, tetapi penelitian ini berfokus pada penggunaan Facebook dalam pastoral OMK di Paroki St. Yoseph Poka-Rumahtiga.

Selain itu, Anastasia Dwilestari dan Agustinus Wisnu Dewantara (2019) menyelidiki bagaimana penggunaan Facebook oleh mahasiswa STKIP Widya Yuwana berdampak pada kehidupan rohani mereka. Dengan menggunakan metodologi penelitian kualitatif, para penulis menemukan bahwa penggunaan Facebook memengaruhi kehidupan rohani mahasiswa, membuat mereka melupakan kewajiban dan tanggung jawab rohani mereka. Penelitian ini dan penelitian sebelumnya sama-sama membahas bagaimana penggunaan Facebook berdampak pada kehidupan OMK. Penelitian sebelumnya meneliti bagaimana penggunaan Facebook berdampak pada kehidupan rohani mahasiswa, tetapi penelitian ini lebih fokus pada etika komunikasi dalam praktik pastoral OMK di Paroki St. Yoseph Poka-Rumahtiga.

Artikel-artikel di atas secara umum menunjukkan betapa pentingnya Facebook bagi orang muda, terutama mahasiswa dan OMK. Penelitian ini menawarkan perspektif baru tentang penggunaan Facebook, khususnya etika dan pelayanan pastoral berdasarkan ajaran Dekrit Inter Mirifica. Penelitian ini menjelaskan prinsip-prinsip etis

tentang penggunaan media sosial, khususnya Facebook, dan menawarkan solusi alternatif untuk praktik pelayanan pastoral OMK di Paroki St. Yosep Poka-Rumah Tiga.

Tujuan di atas sejalan dengan harapan para Bapa Konsili, yang memandang sebagai kewajiban untuk membicarakan masalah utama upaya komunikasi sosial. Mereka percaya bahwa ajaran dan tatalaksana yang benar dapat membantu keselamatan umat beriman kristiani, khususnya OMK, dan kemajuan seluruh masyarakat (IM. 2). Selanjutnya, para Bapa Konsili menyatakan bahwa media komunikasi sangat bermanfaat bagi umat manusia jika digunakan dengan benar karena membantu mereka menyegarkan hati, menumbuhkan budi, dan menyiarkan dan memantapkan kerajaan Allah. Namun, jika media komunikasi digunakan dengan cara yang salah, hal itu bertentangan dengan tujuan Sang Pencipta dan menyebabkan kesedihan yang besar bagi umat manusia.

## Kajian Teori

### Etika Komunikasi

Kata “etika” berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam bentuk tunggal berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, atau cara berpikir. Dalam bentuk jamak, etika berasal dari kata Yunani *ta etha* artinya adat kebiasaa, watak, atau kelakuan manusia. Jadi, secara etimologis, etika adalah ilmu yang mempelajari tentang apa yang biasanya dilakukan manusia, atau ilmu tentang adat kebiasaan yang dianut oleh manusia (Fatlolon, 2024).

Secara umum, etika dipahami sebagai adat kebiasaan, sistem nilai, ilmu normatif, dan sebagai filsafat kritis (Fatlolon, 2024). Etika sebagai adat kebiasaan berarti pandangan umum tentang nilai-nilai kebaikan dan ajaran-ajaran tentang kesejahteraan umum masyarakat. Ajaran-ajaran dan pandangan umum tentang nilai kebaikan tersebut, dalam arti tertentu, merupakan norma-norma moral untuk mengatur terciptanya kebaikan dan keharmonisan hidup bersama dan standar untuk menilai baik-buruknya tingkah laku manusia (Fatlolon, 2024). Etika sebagai sistem nilai merupakan keseluruhan nilai dan norma yang dianut dan dijadikan oleh seseorang atau kelompok tertentu sebagai pegangan dalam bertindak atau bertingkah laku. Etika sebagai sistem nilai berisikan nilai-nilai dan prinsip-prinsip moral sekaligus berfungsi memberikan kriteria bagi penilaian moral tentang apa yang harus dilakukan dan apa yang harus tidak dilakukan secara moral (Fatlolon, 2024).

Etika sebagai ilmu normatif adalah sebuah cabang filsafat yang mendeskripsikan sistem nilai dan norma yang harus diikuti oleh manusia dalam berperilaku. Etika sebagai ilmu normatif bersifat kritis, artinya mempertanyakan mengapa nilai, norma dan aturan tersebut harus diikuti, atau apakah alasan fundamental sehingga nilai, norma dan aturan tersebut ada dan harus dilaksanakan oleh manusia. Menurut Sudarmina, sebagaimana dikutip Fatlolon (2024), sifat kritis etika tampak dalam tiga hal. Pertama, etika merefleksikan secara kritis mengenai norma dan nilai tertentu yang dianut oleh seseorang atau masyarakat selama ini. Kedua, etika merefleksikan secara kritis situasi khusus yang kita hadapi dengan segala keunikan dan kompleksitasnya. Ketiga, etika merefleksikan secara kritis berbagai paham yang dianut oleh manusia atau kelompok masyarakat, misalnya tentang alam semesta, dunia, manusia dan Tuhan.

Sedangkan kata komunikasi secara etimologis berasal dari bahasa Latin *communicare*, yang berarti berbagi atau menjadikan milik bersama. Kata ini sendiri diturunkan dari akar kata Latin *communis*, yang berarti umum atau bersama. Secara harafiah, komunikasi dapat diartikan sebagai proses berbagi informasi, ide, pikiran, perasaan, atau pesan antara dua pihak atau lebih dengan tujuan untuk mencapai pemahaman yang sama. Hal ini menekankan pentingnya interaksi dan pertukaran makna dalam hubungan antar manusia.

Menurut Zamroni (2009: 5), komunikasi merupakan aktivitas yang amat penting dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan makhluk di dunia ini, terutama manusia. Tanpa komunikasi, kehidupan manusia tidak ada artinya. Sedangkan Mulyana (2009: 46) mengatakan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan dengan menggunakan beberapa saluran media seperti media cetak, audio, visual, media sosial online bahkan dengan media lukisan. Pemilihan pesan dan saluran media merupakan pilihan yang sengaja ditentukan untuk mencapai tujuan yang sangat beragam, baik itu tujuan informatif, hiburan, publikasi maupun politik.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa etika komunikasi merupakan seperangkat nilai dan norma moral yang menentukan benar atau tidaknya cara seseorang penyampaian pesan kepada orang lain sehingga dapat mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara lisan ataupun tidak langsung. Etika

komunikasi perlu diperhatikan dalam kegiatan bermedia sosial agar tidak terjadi suatu prasangka buruk yang dapat mengakibatkan dampak negatif terhadap orang lain.

### **Prinsip-Prinsip Etika Komunikasi**

Prinsip-prinsip etika komunikasi merupakan pedoman-pedoman yang membantu individu, kelompok atau organisasi tertentu dalam membangun kebersamaan secara bertanggung jawab, jujur, dan saling menghormati. Menurut Abdul Samad (2021), terdapat dua prinsip etis mendasar yang harus diperhatikan dalam komunikasi.

Pertama, prinsip kejujuran (*honesty*). Kejujuran menuntut para komunikator untuk menyampaikan informasi yang benar, akurat dan tidak menyesatkan. Kejujuran tidak hanya berarti tiadanya kebohongan, tetapi juga menghindari penyampaian informasi yang setengah benar dan manipulatif yang dapat menyesatkan penerima pesan. Tanpa kejujuran, komunikasi menjadi tidak efektif dan dapat merusak hubungan antar manusia. Komunikasi yang baik bukan hanya tentang bagaimana kita menyampaikan pesan tetapi juga melibatkan etika atau moralitas dalam berkomunikasi.

Kedua, prinsip tanggung jawab (*responsibility*). Prinsip tanggung jawab menekankan bahwa komunikasi bukan hanya tentang kebebasan berbicara, tetapi juga akuntabilitas terhadap apa yang dikatakan maupun ditulis. Hans Jonas, sebagaimana dikutip Franz Magnis-Suseno (2006: 186), menyatakan bahwa manusia wajib untuk bertanggungjawab atas keutuhan kondisi-kondisi kehidupan umat manusia di masa depan. Hal ini merupakan sebuah imperatif untuk bertindak sedemikian rupa sehingga kelestarian kehidupan manusia dalam keutuhannya di kemudian hari tidak terancam.

### **Tujuan dan Manfaat Etika Komunikasi**

Secara garis besar, etika komunikasi bertujuan untuk mencegah adanya kesalahpahaman, pertengkaran, perselisihan, dan problem lain yang ada dalam masyarakat. Menurut Yulita (2024), ada tiga tujuan etika komunikasi, yaitu (1) menciptakan tenggang rasa untuk saling menghargai dan menghormati antar manusia, (2) memberikan kebebasan pada semua masyarakat namun harus dapat dipertanggungjawabkan, dan (3) membantu setiap individu untuk mengambil suatu tindakan dan keputusan dengan tepat secara etis.

Selanjutnya, Yulita (2024) menyatakan bahwa etika komunikasi mempunyai empat manfaat dalam kehidupan bermasyarakat. Pertama, melancarkan komunikasi dengan orang lain sehingga hubungan yang sudah terjalin akan semakin erat untuk dapat memahami apa yang telah dikomunikasikan oleh orang lain dan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Kedua, memungkinkan seseorang dapat diterima dengan baik dalam lingkungan sosial masyarakat. Ketiga, menumbuhkan rasa saling menghargai di antara anggota masyarakat. Keempat, mencegah individu atau kelompok untuk bertindak atau berperilaku sembarangan atau seenaknya sendiri dalam berbicara dan berelasi dengan orang lain.

### **Pengertian, Fungsi, dan Karakteristik Media Sosial**

Menurut Van Dijk, sebagaimana dikutip Ruli Nasrulla (2015), media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi penggunaan yang memfasilitasi para pengguna dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Lebih lanjut, Nasrulla (2015:13) mengartikan media sosial sebagai medium di internet yang memungkinkan pengguna untuk mempresentasikan dirinya, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Sedangkan Geli (2020: 17) memahami media sosial sebagai media *online* yang di dalamnya terdapat kelompok aplikasi berbasis internet untuk mendukung adanya interaksi sosial antara manusia dengan manusia dan bermanfaat bagi setiap individu yang menggunakannya. Jadi, media sosial adalah alat atau sarana yang digunakan oleh setiap manusia atau kelompok untuk berelasi, berkomunikasi atau berinteraksi, mencari berbagai informasi baik untuk kepentingan pribadi maupun kelompok tertentu, saling berbagi dan membentuk ikatan sosial.

Menurut Wahyuni (2017: 215), media sosial memiliki empat fungsi. Pertama, memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi jaringan. Kedua, mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (*one to many*), dan ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audience (*many to many*). Ketiga, mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi dimana manusia berubah peran dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri. Keempat, sebagai

sumber penghasilan karena media sosial menampilkan berbagai macam iklan, menerima sponsor dari pihak lain, menjual produk sendiri, membuat konten-konten kreatif, dan lain sebagainya.

Media sosial memiliki empat karakteristik mendasar (Nasrullah, 2015: 15). Pertama, adanya jaringan (*network*) yang terbentuk antara pengguna merupakan jalinan teknologi yang dimediasi oleh perangkat teknologi komputer, telepon genggam dan juga tablet. Kedua, kehadiran teknologi informasi semakin merambah segi-segi kehidupan masyarakat dan berfungsi sebagai bahan baku ekonomi, mempengaruhi kehidupan individu dan masyarakat, memberikan kemudahan dalam pengelolaan informasi yang memungkinkan logika jaringan dalam institusi maupun proses ekonom, memunculkan fleksibilitas yang lebih besar dalam setiap proses organisasi dan lembaga, dan membentuk suatu sistem informasi yang baik dan terpadu (Nasrulla, 2015).

Ketiga, informasi telah tersimpan bisa membentuk sebuah arsip yang dapat diakses kapanpun dan melalui media dan perangkat apa saja. Setiap informasi yang sudah diunggah di media sosial tidak dapat hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, bahkan sampai bertahun-tahun. Informasi itu akan terus tersimpan dan bahkan bisa diakses dengan sangat mudah oleh pemilik dan pengguna media sosial. Keempat, kehadiran teknologi dan perkembangannya telah menjadi bagian integral kehidupan manusia sehari-hari dan menegaskan eksistensinya sebagai makhluk sosial yang senantiasa cenderung berinteraksi, berelasi, dan berkomunikasi dengan orang lain.

### Media Sosial Facebook

Facebook dikenal sebagai salah satu jejaringan sosial (*social networking*), atau disebut juga layanan jejaringan sosial online, yang memungkinkan para penggunanya untuk saling berinteraksi dan berbagi informasi di seluruh dunia (Arifin, 2009: 30). Jejaringan sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul yang diikat dengan suatu tipe relasi spesifik atau lebih, seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan dan sebagainya (Kindarto, 2010: 1). Sebagai jenis situs jejaring sosial yang terkenal saat ini, facebook sangat membantu para penggunanya untuk bisa berinteraksi, berkirim pesan, bertemu dan memelihara persahabatan sekaligus mendapatkan teman baru, *chatting*, berbagi file dan foto, mencari patner bisnis, bermain *game online*, dan sebagainya (Pradani, 2014: 40). Fitur-fitur yang ditawarkan facebook sangat variatif dan inovatif – seperti halaman profil, album foto dan video, obrolan (*chat*), catatan, aplikasi halaman, aplikasi bisnis, permainan dan jejaringan, bahkan dapat menghasilkan uang – sehingga diminati banyak kalangan (Arifin, 2009: 9).

Facebook diluncurkan pada 4 Februari 2004. Media sosial ini didirikan oleh Mark Zuekerbeng, seorang mahasiswa Harvard, kelahiran 14 Mei 1984 (Arifin, 2009: 40). Pengguna facebook pada awalnya dibatasi untuk para mahasiswa Harvard College. Dua bulan berikutnya, keanggotaan diperluas ke sekolah lain di wilayah Boston (Boston College, Boston University, MIT, Tufts), Rochester, Stanford, NYU, Northwestern, semua sekolah yang termasuk dalam Ivy League. Dalam waktu 4 bulan facebook telah memiliki 30 kampus dalam jejaringannya. Jejaring sosial ini kemudian meluas ke Negara bagian Amerika Utara. Sejak 2006 siapapun yang berusia di atas 13 tahun dapat mengakses situs ini dan hingga kini sudah marak digunakan di dunia, termasuk Indonesia.

Demam facebook di Indonesia dimulai pada pertengahan tahun 2008 dan menempati rengking ke lima sebagai situs yang paling banyak diakses di tanah air (Getrudis, 2023). Facebook dapat diakses dengan mudah menggunakan perangkat dengan konektivitas internet seperti komputer, laptop, dan ponsel pintar. Pada oktober 2021, pemilik facebook Mark Zuckerberg mengubah nama perusahaannya menjadi *meta platfroms*, atau singtkanya *meta* karena ia mengalihkan fokus untuk membangun “metamesta”. Perubahan ini tidak mempengaruhi nama layanan jejaring sosial facebook itu sendiri.

### Dekrit Inter Mirifica

Dektir Inter Mirifica (IM) adalah salah satu dari 16 dokumen yang dihasilkan dalam Konsili Vatikan II. Konsili ini diprakarsai oleh Paus Yohanes XXIII (Jama & No, 2024), dan berlangsung antara tahun 1962 hingga 1965. Tujuan diadakannya Konsili ini adalah untuk memperbarui Gereja Katolik dan menyesuaikannya atau membawanya lebih dekat dengan realitas dunia modern. Singkatnya, Konsili Vatikan II merefleksikan eksistensi Gereja Katolik dalam dunia modern (Suseno, 2004). Dekrit Inter Mirifica diadopsi pada 4 Desember 1963 sebagai dokumen resmi Gereja dan memberikan perhatian khusus pada media massa, yang pada saat itu mulai mengubah peradaban manusia (Riyanto, 2014) dan memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini publik dan budaya. Dalam dekrit ini ditekankan manfaat dan etika penggunaan media sosial, serta kewajiban dari para pelaku atau penyelenggara, konsumen dan pemerintah (Sunaryo, 2022; Andreas, 2024: 119).

Promulgasi dekret ini merupakan bentuk realisasi kesadaran Gereja Katolik bahwa dirinya memiliki kewajiban untuk memanfaatkan media sosial dalam upaya menyebarkan Kabar Gembira, mengajarkan tentang bagaimana orang memakai media sosial tersebut dengan tepat, atau sesuai dengan kodratnya (Collins & Farrugia, 1996). Gereja Katolik mengakui potensi besar media yaitu “sangat membantu untuk menyegarkan hati dan mengembangkan budi, dan untuk menyiarkan serta memantapkan Kerajaan Allah” (IM. 2). Namun, Gereja menyadari pula bahwa penyalahgunaan media komunikasi bertentangan dengan kehendak Ilahi dan merugikan kebaikan manusia (IM. 2).

Bagi Gereja, media komunikasi sosial harus digunakan secara etis dan bertanggung jawab demi kebaikan individu dan masyarakat dan bukan untuk moralitas publik atau menyebarkan ajaran moral yang menyesatkan. Gereja mengakui bahwa media komunikasi sosial memiliki potensi besar dalam memajukan kesejahteraan manusia, tetapi juga berbahaya jika tidak digunakan dengan bijak. Oleh karena itu, perlu adanya pendidikan dan pembinaan bagi mereka yang terlibat dalam bidang media komunikasi sosial dan keterlibatan umat Katolik dalam bidang media untuk memastikan bahwa nilai-nilai Kristiani dapat diwujudkan di dalamnya (IM. 4).

Gereja Katolik memandang media sosial bukan hanya secara teknis melainkan harus disertai dengan etika. Dalam Kitab Hukum Kanonik (KHK), Kanon 822, Gereja menyerukan kepada para Uskup dan semua umat beriman untuk memanfaatkan alat teknologi dalamewartakan kasih Kristus dan kebaikan bersama. Dengan memperhatikan hal itu, Gereja memainkan salah satu peran kunci untuk ikut merasakan dan terlibat aktif dalam “duka dan kecemasan, harapan dan kegembiraan dunia dan masyarakat” (Pandor, 2015: 233). Gereja dipanggil untuk terlibat aktif dalam situasi kehidupan umat manusia. Sejalan dengan seruan itu, Gereja menyerukan kepada “semua orang yang berkehendak baik untuk mengikuti nasihat-Nya, seperti guru dan orang tua yang mengungkapkan kasih sayangnya melalui nasihat-nasihat yang bijak bagi anak-anaknya” (Komsos KWI, 2018).

Seruan di atas menyodorkan beberapa hal penting yang menjadi patut perhatian Gereja. Pertama, Gereja berperan sebagai model dalam memanfaatkan media digital untukewartakan kabar gembira kepada dunia. Gereja berperan sebagai teladan dalam menerima dan memanfaatkan perkembangan teknologi demi kebaikan bersama bagi umat beriman khususnya kaum muda (FT. 43). Kedua, Gereja berdialog dengan manusia. Model dialog yang dikembangkan dalam konteks ini ialah aktif dan partisipatif: Gereja mesti menjadi pendengar yang baik bagi kaum muda dan hadir untuk menemukan konteks di mana orang muda berada, menyoroti kekuatan dan tantangan mereka. Ketiga, Gereja yang kreatif dan inovatif. Gereja dituntut dalam pengembangan pastoralnya agar lebih kreatif dan inovatif dalam merangkul semua orang, khususnya kaum muda, sesuai dengan konteks kehidupan mereka. Maka di era digital ini perlu dikembangkan kerasulan dengan memanfaatkan internet (Suparno, 2009: 101).

Akhirnya, Gereja Katolik didirikan oleh Kristus Tuhan demi keselamatan semua orang maka setiap anggota Gereja memiliki kewajiban untukewartakan Injil demi Kerajaan Allah dengan menempatkan diri dalam dua aspek. Pertama, media atau sarana yang dipakai dalam mengkomunikasikan iman kita kepada Allah. Konsili Vatikan II menekankan bahwa Gereja wajib menggunakan semua media komunikasi untukewartakan keselamatan. Gereja juga mengajak semua orang, khususnya OMK, supaya dapat menggunakan media komunikasi sebagai sarana pewartaan secara tepat. Kedua, inti komunikasi kita kepada sesama, yakniewartakan Injil demi Kerajaan Allah kepada semua orang. Karena itu, Gereja memandang semua kewajibannya untuk dapat memanfaatkan media komunikasi untuk menyiarkan keselamatan, mengajarkan bagaimana manusia dapat memakai media dengan tepat.

### **Orang Muda Katolik**

Istilah orang muda merupakan gabungan dua kata yaitu “orang” dan “muda”. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* mendefinisikan istilah tersebut sebagai “manusia (dalam arti khusus), manusia (kata ganti diri ketiga yang tidak tentu), diri sendiri, manusianya sendiri, kata penggolong untuk manusia, anak buah (bawahan), rakyat (dari suatu negara), warga negara, manusia yang berasal dari atau tinggal di suatu daerah (desa, kota, negara, dan sebagainya), suku bangsa, manusia lain, bukan diri sendiri, bukan kaum muda (golongan, kerabat) sendiri. Sedangkan istilah muda mengandung arti “belum sampai setengah umur, belum sampai masak, belum cukup umur, belum sampai waktunya untuk dipetik (ditunai, dsb), belum lama ad (berdiri, dsb), kurang gelap, agak pucat (warna)” (Tim Kamus Pusat Bahasa, 2008: 1021-2022).

Menurut Undang-Undang Perkawinan RI tahun 1947, kaum muda meliputi muda-mudi yang sudah melewati umur kanak-kanak dan belum mencapai umur yang oleh undang-undang diperbolehkan menikah: bagi

pemuda minimal 19 tahun dan bagi pemuda minimal berumur 16 tahun. Menurut Kitab Hukum Kanonik (KHK, 1983), Kanon 97 §1-2, orang muda adalah pribadi yang berumur 18 tahun, mampu mempertanggung jawabkan tindakanya dan dapat menggunakan akal budi. Paus Fransiskus dalam dokumen *Christus Vivit* mendefinisikan orang muda sebagai kelompok yang berada pada umur 16-29 tahun (CV. 68).

Istilah OMK sendiri merupakan perubahan dari istilah “Muda-Mudi Katolik” (Mudika). Istilah terakhir ini merujuk pada kelompok orang muda Katolik yang secara teritorial berada di paroki. Kelompok ini tidak berafiliasi dengan kelompok organisasi sosial-kemasyarakatan manapun tetapi menjadi salah satu organisasi parokial dan membaktikan diri bagi kepentingan pembangunan rohani di paroki atau stasi tertentu. Sedangkan OMK adalah individu atau kelompok orang yang berusia muda dan beragama Katolik. Kelompok ini lebih luas dari pada Mudika karena ada di mana-mana entah dalam organisasi Mudika maupun non-Mudika. Banyak dari mereka yang tidak ingin terlibat dalam Mudika tetapi lebih suka terlibat dalam kelompok-kelompok doa seperti Karismatik, Legio Mariae, dan lain sebagainya (Harsanto, 2024).

Lalu apakah itu OMK? Buku *Pedoman Karya Pastoral Kaum Muda* (1998), sebagaimana dikutip Komisi Kepemudaan KWI (2014: 17), menyebutkan bahwa “OMK ialah lajang berusia 13-35 tahun.” Pemahaman ini diteruskan oleh Komkep KWI dalam buku *Sahabat Peziarahan: Pedoman Karya Pastoral Orang Muda Katolik Indonesia* (2014), yang mendefinisikan OMK “adalah orang yang berusia antara 13 hingga 35 tahun, telah dibaptis atau telah diterima dalam Gereja Katolik dan lajang.”

Berdasarkan uraian di atas dapat dikatakan bahwa OMK adalah kumpulan kaum beriman kristiani yang terdiri dari orang-orang muda di tingkat teritorial-parokial Gereja Katolik yang telah menerima Sakramen Permandian dan belum menikah. Ciri khas utama OMK adalah *iman* mereka akan Allah Bapa melalui Yesus Kristus dengan bimbingan Roh Kudus dalam persekutuan erat dengan Gereja Katolik. Berkat Sakramen Pembaptisan, OMK menerima martabat imamat umum sebagai imam, nabi, dan raja, serta menerima tugas perutusan untuk menjadi garam dan terang dalam hidup harian di tengah masyarakat dan dalam kehidupan menggereja di tengah umat parokial, stasi, dan kategorial lainnya (Komkep KWI, 2014: 18).

## Metode

Artikel ini merupakan sebuah studi lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif tentang etika komunikasi dan pastoral dalam penggunaan media sosial facebook di kalangan OMK Paroki St. Yosep Rumah Tiga-Poka. Penelitian ini akan dilaksanakan di Paroki Santo Yosep Rumah Tiga dan berlangsung dari bulan Februari 2025 hingga Maret 2025. Kelompok sasaran penelitian ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena letaknya yang dekat dengan tempat tinggal penulis sendiri. Selain itu, paroki ini berada di antara Seminari Tinggi Santo Fransiskus Xaverius Ambon dan Sekolah Tinggi Pendidikan Agama Katolik St. Yohanes Penginjil Ambon.

Data-data penelitian diperoleh melalui observasi partisipatif (peneliti terlibat aktif dalam aktivitas OMK di facebook), wawancara mendalam (dengan pengurus OMK dan anggotanya), dan studi kepustakaan. Penulis juga melakukan analisa dokumen (mencakup konten postingan, komentar, dan interaksi OMK St. Yosep dengan pengguna lainnya di *platform* media sosial facebook). Data-data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif melalui reduksi data, dengan tujuan untuk membantu OMK agar dalam menggunakan media sosial tetap berpegang pada prinsi-prinsip etika komunikasi dan ajaran Gereja. Data penelitian diperoleh dari dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan responden, yaitu Orang Muda Katolik (OMK) Paroki St. Yosep Rumah Tiga-Poka. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti perpustakaan, internet, buku dan data dari lembaga lain yang berkaitan dengan topik penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan yakni teknik analisis data Miles and Huberman. Data yang diperoleh dari hasil penelitian dianalisis melalui empat tahap yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penyajian kesimpulan. Pengumpulan data adalah sekumpulan informasi yang dicatat secara objektif, data yang ditemukan dilapangan, melalui observasi dan wawancara. Reduksi data adalah usaha merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam mencermati penyajian data penelitian menjadi lebih mudah memahami apa yang terjadi dan apa yang harus dilakukan. Kesimpulan adalah rangkuman atau gagasan dari temuan baru dari peneliti terkait dengan permasalahan yang diteliti. Kesimpulan dapat terjadi adalah awal penelitian, yang disebut sebagai hipotesis awal

menganai masalah penelitian. Kesimpulan juga dapat dibuat pada akhir penelitian di mana peneliti merangkum semua hasil analisis data.

## Hasil Dan Pembahasan

### OMK Paroki St. Yosep Poka-Rumahtiga

Paroki St. Yoseph Poka-Rumahtiga merupakan salah satu dari 8 (delapan) paroki dalam Kevikepan Kota Ambon, Keuskupan Amboina. Paroki ini membawahi 2 stasi, yaitu Stasi St. Yoseph Rumahtiga dan Stasi Christus Salvator Mundi Waiheru. Stasi Poka memiliki 3 rukun, yaitu Yesus Maria Yosep (YMY), Hati Kudus Yesus (HKY) dan Santo Fransiskus Xaverius Wayame. Sedangkan Waiheru memiliki 5 rukun, yaitu Santa Maria Bunda Allah, Santa Sisilia, Santo Yohanes Pembaptis, Santo Hironimus, dan Santo Polikarpus (Luturmas, 2025). Paroki Santo Yoseph Poka-Rumahtiga merupakan buah pemekaran dari Paroki Katedral St. Fransiskus Xaverius Ambon, dengan Pastor Paroki pertama adalah RD. Eusebius Jamco tahun 1977. Gereja paroki ini bertumbuh dan berkembang bersama umat yang sebagian besar adalah para dosen dan mahasiswa Universitas Pattimura Ambon.

Anggota OMK sebagian besar adalah para mahasiswa-mahasiswi yang berdomisili di sekitar desa Poka-Rumahtiga untuk menempuh pendidikan di beberapa universitas di Kota Ambon dengan lama tinggal bervariasi antara 2 hingga 5 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa mereka telah memiliki pengalaman yang cukup lama tinggal di daerah Poka Rumah Tiga selama masa studi mereka. Maka Paroki Poka-Rumahtiga biasanya dikenal sebagai paroki mahasiswa karena anggota umatnya kebanyakan adalah para mahasiswa-mahasiswi. Namun, dalam setiap kegiatan, anggota OMK yang aktif paling sedikit 30 dan paling banyak 50 orang. Jumlah OMK sejak tahun 2013 sampai 2025 tidak menentu karena para mahasiswa-mahasiswi yang ada di paroki ini hanya datang untuk melanjutkan pendidikan tinggi dan setelah menamatkan pendidikan mereka kembali ke tempat asal masing-masing. Mahasiswa yang berada di Paroki Poka-Rumahtiga saat ini berjumlah 122 orang. Berdasarkan suku, OMK didominasi oleh dua kelompok besar yang berasal dari suku Tanimbar (50 orang) dan Kei (50 orang) atau masing-masing 40,9%. Jumlah mahasiswa yang mengikuti dua kelompok mayoritas tersebut berasal dari Dobo (10 orang, 8,2%), Buru, (8 orang, 6,5%), dan Maluku Utara (4 orang, 3,2%). Sebagian besar mahasiswa yang berada di paroki ini masih berstatus sebagai mahasiswa, sedangkan mereka yang sudah bekerja berjumlah 4 orang (Sekretariat Paroki Poka, 2025).

#### Pemahaman dan Penggunaan Facebook Oleh OMK Paroki St. Yosep Poka-Rumahtiga

Facebook sangat digemari oleh kaum muda termasuk OMK Paroki Poka. Lalu apa pandangan OMK tentang media sosial ini? Berdasarkan wawancara mendalam dengan 7 narasumber diketahui bahwa sebagian OMK memahami facebook sebagai alat atau media untuk berbagai informasi dan komunikasi, untuk mengekspresikan diri, sebagai sarana hiburan serta untuk kepentingan pribadi dan kelompok, misalnya mengupload kegiatan pelayanan seperti koor bersama di gereja, serta sebagai sarana promosi kegiatan rohani OMK St. Yoseph Poka agar lebih dikenal dan lebih banyak orang muda yang ikut bergabung bersama-sama. Ada pula yang memahami facebook sebagai platform digital yang tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun komunitas, berbagi pengalaman, dan mengekspresikan diri, alat komunikasi yang sangat efektif dalam menyebarkan ide, membangun komunitas, dan bahkan melaksanakan tugas evangelisasi Gereja, dan sarana mengakses informasi terkini.

Facebook memiliki berbagai macam fitur yang bisa digunakan oleh OMK untuk saling berkomunikasi dan berbagai satu sama lain. Berdasarkan hasil wawancara, ada yang lebih memilih fitur "Posting" karena menarik minat para pengguna lain untuk memberikan like dan komentar terkait postingan. Ada pula yang lebih memilih fitur "Messenger" yang berisi panggilan suara/video, obrolan grup maupun pribadi, teman dan keluarga, serta sticker, dan fitur "reaksi & komentar" terhadap postingan yang dibagikan oleh orang lain. Sebagian lagi lebih memilih fitur "Video & Watch" untuk menonton video-video lucu; "Posting" & "Kenangan" untuk membagikan momen-momen fotonya; "Messenger" untuk mengirimkan pesan kepada teman, keluarga dan teman; dan "Marketplace" untuk melihat jualan online. Tetapi ada pula yang tetap memilih "privasi" agar tidak terlalu banyak orang yang tahu dengan kehidupan pribadinya.

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat dikatakan bahwa OMK Paroki St. Yoseph Poka-Rumahtiga memahami facebook sebagai *platform* digital dan media komunikasi *online* untuk berhubungan satu sama lain, saling berbagi informasi, serta sarana hiburan, evangelisasi, pembelajaran, dan untuk mengekspresikan dan

mengembangkan diri baik secara pribadi maupun secara bersama-sama. Mereka menggunakan berbagai fitur facebook sesuai dengan kepentingan masing-masing.

### **Dampak Penggunaan Facebook Bagi OMK Paroki St. Yosep Poka-Rumahtiga**

Berdasarkan hasil wawancara, para narasumber menyatakan bahwa mereka mendapatkan banyak dampak positif dari penggunaan facebook. Sebagian informan menyatakan bahwa facebook sangat membantu untuk mencari informasi dan berkomunikasi, mengekspresikan dirinya, dan membangun interaksi dan pertemanan dengan sesama anggota OMK, teman, keluarga dan siapa saja. Dampak positif facebook dapat dilihat melalui postingan kegiatan OMK dalam acara Rohani seperti pelayanan ‘koor’ bersama di paroki-paroki lain, Rally Rosario, ziara, dan lain sebagainya. Selain itu, facebook membantu mereka membangun relasi dengan keluarga dan orang lain, tetapi juga sebagai sarana untuk mempromosikan kegiatan-kegiatan pribadi maupun untuk menghasilkan uang.

Tetapi penggunaan facebook secara berlebihan dan tidak terkontrol dapat memberikan dampak yang negatif bagi OMK. Salah satu informan menyatakan bahwa ia mengalami kecanduan Facebook sehingga mengurangi waktu ibadah, belajar atau berinteraksi secara langsung dengan teman dan keluarga, serta mengganggu produktivitas dan kesehatan mental. Penggunaan facebook secara tidak teratur juga mempengaruhi paham dan membentuk cara hidup yang tidak sesuai dengan norma-norma sosial dan nilai-nilai kristiani, seperti membuat ujaran kebencian, hoax, atau mengonsumsi materi yang merusak moral. Ada pula yang menyatakan bahwa penggunaan facebook secara berlebihan membuat mereka kurang berelasi dan berinteraksi dengan anggota OMK lain dan menyebabkan ilusasi, yaitu rasa nyaman berkomunikasi secara virtual dari pada bertatap muka, menciptakan kepribadian menyendiri atau kesendirian *online*, dan pemborosan waktu untuk mengakses hal-hal yang kurang bermanfaat. Selain itu terjadi tindakan penipuan online dan pembajakan akun oleh orang-orang tak dikenal yang kemudian menggunakannya untuk kepentingan lain.

Dari pernyataan para informan di atas dapat disimpulkan bahwa facebook adalah platform yang digunakan sebagai sarana untuk berkomunikasi, mencari informasi, juga sebagai alat untuk mengekspresikan diri di facebook. Facebook memiliki dampak yang positif dan negatif. Dampak positifnya yaitu dapat membantu OMK dalam mengetahui berita atau informasi terbaru, dapat berkomunikasi dengan teman, keluarga serta siapa saja. Sedangkan dampak negatifnya yakni OMK bisa kecanduan menggunakan media facebook sehingga mempengaruhi kesehatan mental, kesendirian, ketidakteraturan hidup, dan lain sebagainya.

### **Pengetahuan dan Penerapan Etika Komunikasi dalam Menggunakan Facebook**

OMK Paroki St. Yoseph Poka-Rumahtiga pada umumnya adalah mahasiswa-mahasiswi. Sejauh mana mereka telah mengetahui prinsip-prinsip etis dalam menggunakan media komunikasi facebook? Dan prinsip-prinsip etika komunikasi apakah yang diketahui ketika menggunakan media sosial facebook? Sebagian besar informan menyatakan bahwa mereka mengetahui beberapa prinsip etis penting dalam menggunakan media sosial facebook, yaitu memeriksa kebenaran informasi sebelum membagikan, menghindari ujaran kebencian dan komentar negatif; menyebarkan pesan positif dan inspiratif, serta menghormati privasi orang lain. Informan lain menyebutkan bahwa sangat memperhatikan aspek tanggung jawab, kebijaksanaan, dan ketelitian dalam menyebarkan informasi, sopan santun berbahasa, kebaikan, kemandirian, dan kejujuran.

Para informan sepakat bahwa prinsip-prinsip etika komunikasi di atas sangat penting dalam menggunakan facebook agar mereka tetap bereksistensi sebagai manusia bermartabat dalam kata dan tindakan mereka. Pertanyaannya sejauh mana OMK sudah menerapkan prinsip-prinsip etis tersebut dalam menggunakan facebook? Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan diketahui bahwa belum semua OMK menerapkan etika komunikasi dalam menggunakan facebook. Mereka yang menerapkan prinsip-prinsip etika menyatakan bahwa OMK telah memanfaatkan media sosial *facebook* sebagai sarana pewartaan yaitu membuat renungan, melakukan *live streaming*, dan membagikan konten-konten pewartaan Katolik kepada rekan-rekan mereka. Ada pula OMK yang mengambil atau *men-share* kabar gembira yang diterima dari orang lain dan membagikan ke masing-masing pribadi maupun kelompok agar mereka merasa tersapa dan ditegukan dalam kehidupan mereka setiap hari.

Dari semua pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa OMK Paroki sudah mengenal dan menerapkan nilai-nilai etika dalam bermedia sosial, yaitu tanggung jawab, sopan santun, sikap bijaksananya, tidak tergantung

pada orang lain, kebaikan bersama, tanpa kekerasan. Menurut mereka, komunikasi yang baik bukan hanya tentang bagaimana kita menyampaikan pesan tetapi juga melibatkan etika atau moralitas dalam berkomunikasi.

### **Pentingnya Etika Komunikasi dan Pastoral Bagi OMK Paroki St. Yosep Poka-Rumahtiga**

#### **Etika Komunikasi Dalam Penggunaan Facebook**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa OMK sudah memahami dan menerapkan etika komunikasi dengan cara memanfaatkan media sosial facebook sebagai sarana berelasi, berkomunikasi, dan pewartaan. Para informan berpendapat bahwa jika media sosial facebook digunakan dengan baik, maka akan memberikan dampak yang positif kepada semua orang yang melihatnya. Akan tetapi, dari hasil pengamatan penulis, interaksi melalui facebook seringkali bersifat cepat dan tidak mendalam, seperti sekedar *like*, komentar singkat, dan lain sebagainya. Contohnya, ada anggota OMK yang selalu aktif dalam memberikan semangat melalui komentar di facebook tetapi tidak pernah ikut terlibat dalam kegiatan gereja. Persoalan ini menunjukkan pentingnya relasi interpersonal yang mendalam disertai penjelasan dan penerapan prinsip-prinsip etika komunikasi bagi OMK dalam menggunakan facebook. Berikut ini ditawarkan beberapa pedoman bagi OMK dalam menggunakan media komunikasi sosial khususnya facebook dalam kehidupan bersama di paroki.

Pertama, prinsip solidaritas. Solidaritas adalah kesatuan sikap dan tindakan untuk kebaikan bersama, terutama melalui media yang mempromosikan keadilan, kebenaran dan persaudaraan. Secara etis, prinsip solidaritas menyatakan bahwa media sosial harus digunakan untuk memperkuat ikatan sosial dan bukan untuk menambah konflik. Dalam kaitannya penggunaan facebook, OMK memiliki peran yang sangat aktif dalam menerapkan prinsip-prinsip ajaran sosial gereja dalam kehidupan bermasyarakat, seperti menghormati martabat manusia, solidaritas dan kepedulian terhadap kaum miskin serta lingkungan “rumah bersama” (OMIPP. 127).

Kedua, prinsip subsidiaritas. Subsidiaritas berarti bahwa tugas atau tanggung jawab sebaiknya dikelola oleh entitas atau pihak yang paling dekat dengan masalah tersebut, seperti individu, keluarga, atau komunitas lokal, dan hanya diambil alih oleh tingkat yang lebih tinggi (misalnya, pemerintah pusat) jika entitas yang lebih kecil tidak mampu mengatasi masalah tersebut sendiri. Prinsip subsidiaritas dalam media sosial bagi OMK menyatakan bahwa perlu ada keseimbangan antara kebebasan individu OMK, tanggung jawab platform, dan intervensi negara atau Gereja yang proporsional.

Ketiga, prinsip keadilan. Prinsip ini menekankan penerapan hukum yang adil dan merata, pembagian sumber daya yang adil dan merata, pembagian hasil produksi yang adil dan merata, serta prinsip moral yang mengatur hubungan antara individu dengan individu lainnya. Dalam konteks media sosial, keadilan dapat diartikan sebagai prinsip moral yang mengatur hubungan antara individu dengan individu lainnya. Setiap individu memiliki kewajiban untuk bertindak adil dan menghormati hak-hak orang lain. OMK perlu berperan aktif dalam hidup menggereja dan masyarakat untuk mewujudkan keadilan, perdamaian, dan tanggung jawab di lingkungan digital, sekaligus membangun kolaborasi dan dialog antara sesama, dan bukan untuk kepentingan diri sendiri (OMIPP. 46).

Keempat, prinsip kesetaraan. Prinsip ini menekankan bahwa semua manusia memiliki kesetaraan hak dan martabat di hadapan Tuhan. Dalam konteks media sosial, prinsip kesetaraan menyatakan bahwa semua pengguna memiliki hak dan kesempatan yang sama untuk berpartisipasi, berekspresi, dan mengakses informasi tanpa diskriminasi berdasarkan status sosial, ekonomi, ras, agama, gender, atau latar belakang lainnya. Kesetaraan media adalah hak dasar OMK untuk terlibat dalam Gereja dan masyarakat digital. OMK sendiri perlu proaktif dalam memanfaatkan media untuk evangelisasi yang relevan (bdk. CV. 2019).

Kelima, prinsip akuntabilitas, yaitu ukuran yang menunjukkan seberapa besar tingkat kesesuaian penyelenggaraan pelayanan dengan ukuran nilai-nilai atau norma eksternal yang dimiliki oleh para *stakeholder* yang berkepentingan dengan pelayanan tersebut. Dalam konteks media sosial, prinsip akuntabilitas mengacu pada tanggung jawab individu, organisasi, atau platform untuk bertindak secara transparan, etis, dan dapat dipertanggung jawabkan atas konten, kebijakan, serta dampak yang ditimbulkannya.

Keenam, prinsip kepercayaan. Prinsip ini merujuk pada keyakinan terhadap sesuatu, baik dalam konteks agama, ideologi, maupun keandalan seseorang atau sesuatu. Dalam konteks media sosial, prinsip kepercayaan publik sangat berperan penting dalam membangun kinerja birokrasi publik terutama dalam pelayanan publik,

termasuk implementasi kebijakan, dan pencapaian hasil yang diharapkan. Media sosial juga dapat menjadi alat yang mendukung pengembangan kepercayaan diri setiap anggota OMK, terutama jika digunakan dengan bijak.

Ketujuh, prinsip partisipasi publik. Istilah ini mengacu pada proses di mana perhatian publik, kebutuhan, dan nilai-nilai dimasukkan ke dalam pengambilan keputusan pemerintah dan perusahaan. Dalam hubungan dengan OMK, dibutuhkan partisipasi aktif dari orang tua, pastor paroki, ketua DPP, ketua OMK untuk membimbing dan mengarahkan kaum muda menggunakan facebook secara etis dan bertanggung jawab. Para orang tua membimbing anak-anak mereka untuk memahami batasan etis dalam bermedia sosial, misalnya menghindari *cyberbullying*, hoaks, dan konten negatif karena keluarga adalah “sekolah pertama” dalam pembentukan manusia, termasuk dalam dunia digital (AL. 2016: 260). Pastoral paroki dan ketua DPP bertugas dan bertanggung jawab memberikan pendampingan dan pembinaan spiritual serta etika digital, seperti memberikan khotbah atau pendalaman iman tentang bagaimana cara menggunakan media sosial dengan mengutakan nilai-nilai kristiani seperti kejujuran, kasih, dan penghargaan terhadap martabat manusia. Sedangkan ketua OMK berperan aktif membimbing anggotanya untuk selalu terlibat dalam kegiatan gereja dan masyarakat, seperti memberikan semangat bagi mereka yang aktif dalam mengikuti kegiatan gereja dan merangkul mereka yang malas atau tidak pernah bergabung dalam oranganisasi untuk bersama-sama memuliakan Tuhan. Sebagai pemimpin, ia bukan hanya menjadi koordinator kegiatan tetapi sebagai role model iman, pelayan, dan fatalisator perubahan (Snyder & Lopez, 2007:71).

### **Pastoral OMK Berbasis Media Komunikasi Sosial**

Karya pastoral dalam Gereja Katolik diartikan sebagai kegiatan pelayanan yang bertujuan untuk membantu umat beriman bertumbuh dalam iman mereka yang didasari oleh Kristus. Secara umum karya pastoral meliputi pewartaan, persekutuan, pelayanan kasih, kesaksian, pelayanan sakramen. Secara khusus, karya pastoral OMK dipahami sebagai bentuk evangelisasi dari, oleh, bersama, dan untuk OMK dengan melibatkan berbagai unsur dan strategi sebagai upaya-upaya evangelisasi dari, oleh, bersama, dan untuk mereka.

Gereja menyadari bahwa media komunikasi sosial berkembang sangat pesat dan sangat mempengaruhi pemahaman dan tindakan kaum muda. Dalam himbuan pada Hari Komunikasi Sosial Sedunia Ke-58 Tahun 2024, Paus Fransiskus menyatakan bahwa Gereja tidak perlu menghindar dari sekularisasi media sosial tetapi wajib berpikir tentang bagaimana manusia berkomunikasi dan menggunakan media sosial dengan orang lain dengan bijaksana dan penuh cinta (Komsos KWI, 2024:2). Pesan Paus Fransiskus ini mempertegas kembali ajaran Dekrit *Inter Mirifica* bahwa seluruh anggota Gereja harus berusaha untuk menggunakan komunikasi sosial secara intensif dan efektif dalam berbagai karya kerasulan (IM. 13). Sinode Para Uskup secara khusus menekankan pentingnya sebuah misi dalam lingkungan digital yang menantang dalam berbagai tingkatan. Hal ini membutuhkan pengetahuan yang mendalam “tentang dinamika-dinamika dan ruang lingkupnya dari sudut pandang antropologis dan etis” (OMIPP. 145). Maka berbagai pihak yang terlibat dalam kegiatan pastoral OMK di Paroki St. Yoseph Poka berbasis media sosial terutama facebook patut memperhatikan dimensi-dimensi penting berikut ini agar mereka kaum muda dapat berkebangs menjadi pribadi Kristen yang sejati.

Pertama, dimensi spiritual (iman dan relasi dengan Allah). Dimensi spiritual adalah pondasi utama bagi kehidupan OMK yang di dalamnya berisi doa, sakramen, kitab suci dan spiritualitas khas kaum muda (CV. 178). Doa adalah bentuk penyerahan diri secara total kepada Allah, entah itu doa pribadi, kelompok maupun devosi. Sakramen adalah tanda dan sarana keselamatan Allah, yang setiap kali dirayakan dalam perayaan ekaristi kudus sebagai puncak hidup kristiani dan rekonsiliasi. Kitab suci merupakan sumber utama iman katolik, dimana sabda Allah sebagai “pelita” bagi langkah kaki (Mzm. 119:105). Spiritualitas khas kaum muda bersifat dinamis, kreatif, dan relevan dengan konteks hidup mereka. Dalam dimensi spiritual ini patutlah ditekankan kepada OMK bahwa Allah senantiasa mengasihi mereka masing-masing dengan segala kemampuan dan kelemahan mereka (bdk. CV. 112).

Kedua, dimensi komunal (persaudaraan dan Gereja). OMK adalah bagian dari masyarakat dan Tubuh Mistik Kristus (Gereja) yang dipanggil untuk hidup dalam persaudaraan. Sebagai anggota masyarakat, OMK harus bersifat inklusif, terbuka terhadap pluralitas dan pluriformitas tatatan sosial dan lembaga sipil, agama, suku, dan lain sebagainya. Sebagai panguyuban rohani, OMK hendaknya senantiasa membangun dan memupuk persaudaraan sejati yang adalah anugerah dari Allah. Persahabatan yang dimaksudkan bukan ikatan sementara melainkan sebuah hubungan afektif yang harus dibangun atas dasar kepercayaan dan ketulusan hati (bdk. CV.

152). Persahabatan ini sungguh bermakna apabila diinkorporasikan dan dilandaskan pada persahabatan dengan Kristus (VC. 150).

Ketiga, dimensi misioner (evangelisasi). Evangelisasi bertujuan menuntun seseorang melalui suatu proses kepada pembaharuan iman akan Yesus melalui suatu komunitas. Paus Fransiskus menegaskan bahwa perutusan ke dalam dunia bukan tambahan dalam kehidupan melainkan karakter tak terhapuskan dari eksistensi kaum beriman, termasuk OMK: "... perutusan ke tengah umat bukan hanya menjadi bagian hidup saya atau rencana yang bisa saya tanggalkan; perutusan ini bukanlah suatu "tambahan" atau hanya suatu momen lain dalam hidup. Sebaliknya, itu adalah sesuatu yang tak dapat saya cabut dari keberadaan saya tanpa menghancurkan diri saya sendiri. Saya adalah perutusan di atas bumi ini; itulah alasan mengapa saya berada di dunia ini" (EG. 273).

## Kesimpulan

Facebook merupakan platform media sosial yang memiliki pengaruh yang sangat besar dalam kehidupan manusia, terkhususnya OMK. Melalui platform ini mereka mendapatkan pengetahuan dan hiburan serta memenuhi kebutuhan pribadi masing-masing. Dalam penggunaan media facebook, perlu adanya pengetahuan yang lebih mendalam tentang etika komunikasi. Dalam ranah publik semua anggota masyarakat terbuka dan berhak menyampaikan pandangan dan isi hatinya. Hal ini sering kali dan bukan saja membawa dampak positif tetapi jga dampak negatif baik bagi pengguna sendiri maupun anggota masyarakat lain. Oleh karena itu, pengetahuan mengenai etika komunikasi dalam menggunakan media facebook. Para pengguna media sosial ini harus memikirkan dan mempertimbangkan secara hati-hati dan bijaksana apa yang mereka publikasikan sehingga tidak menyinggung perasaan, hak, kebebasan, keadilan bagi orang lain.

Etika komunikasi sangat diperlukan oleh OMK, dengan menanamkan prinsip-prinsip etis seperti subsidiaritas, keadilan, tanggungjawab, kebebasan, dan hati Nurani. Nilai-nilai etika ini sangat esensial untuk menyatakan eksistensi OMK sebagai manusia dan sebagai anggota Gereja Katolik yang bermartabat. Hal ini sesuai dengan pesan Gereja melalui Dekrit *Inter Mirifica* bahwa seluruh anggota Gereja harus berusaha untuk menggunakan komunikasi sosial secara efektif dan bijaksana dalam berbagai karya kerasulan. Dalam karya pastoral semua pihak wajib memajukan OMK dengan memperhatikan dimensi spiritual, komunal dan misioner. Semuanya ini memungkinkan OMK Paroki St. Yoseph Poka-Rumahtiga dapat bertumbuh dan berkembang menjadi pribadi Kristen yang sejati.

## Daftar Pustaka

- Abdul Samad., dkk. (2021). *Dasar-Dasar Komunikasi Bisnis*. Medan: Penerbit Kitab Menulis.
- Arifin, H. (2009). "Nongkrong Asyik Di Internet Dengan Facebook". Yogyakarta: Meiakom. PT Buku Kita.
- Berangka, D & Via, M.G. (2024). "Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Keterlibatan Orang Muda Katolik Dalam Mengikuti Kegiatan Rohani Di Paroki Santo Petrus Erom." *Jumpa: Jurnal Masalah Pastoral*, 12(1), 48-65. <https://ojs.stkyakobus.ac.id/index.php/jumpa/article/view/145>.
- Dwilestari, A., & Dewantara, W. A. (2019). "Pengaruh Penggunaan Facebook Bagi Kehidupan Rohani Mahasiswa Stkip Widya Yuwana." *JPAK: Jurnal Pendidikan Agama Katolik*, 19(2), 28-43. <https://doi.org/10.34150/jpak.v19i2.226>.
- Fatlolon, C. (2024). "Traktat Etika Profesi Keguruan dan Pastoral: Norma-Roma Etis Bagi Guru Pendidikan Agama Katolik." Edisi Rivisi. Ambon: STPAK St. Yohanes Penginjil.
- Fransiskus, Paus. (2019). *Chritus Vivit (Kristus Hidup). Seruan Apostolic Pascasinode*. Terjemahan Agatha Lydia Natania. Jakarta: Departemen Komumentasi Dan Penerangan KWI.
- \_\_\_\_\_. (2013). *Evangelii Gaudium (Sukacita Injil)*. Terjemahan F.X. Adisusanto, SJ & Bernadeta Harini Tri Prasasti. Jakarta: Departemen Komumentasi Dan Penerangan KWI.
- \_\_\_\_\_. (2020). *Fratetelli Tutti (Persaudaraan dan Persahabatan Sosial)*. Terjemahan Sdr. Martin Harun, OFM. Jakarta: Departemen Komumentasi Dan Penerangan KWI.
- Jama, A. & No, D.D. (2024). "Prinsip Kebenaran Dalam Media Sosial Menurut Inter Mirifica (Upaya Memperbaiki Kodrat Tujuan Komunikasi Manusia)." *In Veritate Lux: Jurnal Ilmu Kateketik, Pastoral, Teologi, Pendidikan, Antropologi dan Budaya*, 7(2), 113-126. <https://ejournalstpbonaventura.ac.id/index.php/JURKAPS/article/view/91/80>.

- Karubun, Y. (2024). "Pentingnya Literasi Keuangan Untuk Mengatasi Perilaku Konsumtif Di Kalangan Orang Muda Katolik." *Logos: Jurnal Pendidikan, Katekese dan Pastoral*, 12(2), 163-189. <https://doi.org/10.62095/jl.v12i2.154>.
- Komisi Kepemudaan Konferensi Waligereja Indonesia. (2014). *Sahabat Peziarahan: Pedoman Karya Pastoral Orang Muda Katolik Indonesia*. Jakarta: Komisi Kepemudaan KWI.
- Konsili Vatikan II. (2021). *Dekrit Inter Mirifica (Di Antara Penemuan-Penemuan Teknologi Yang Mengagumkan: Upaya-Upaya Komunikasi Sosial*. Terjemahan R. Hardawiryanan, SJ. Jakarta: Departemen Dokumentasi dan Penerangan KWI.
- Milles, B.M & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif (Sebuah Rangkuman dari Buku Analisis Data Qualitative)*. Jakarta: Departemen Dokumentasi Indonesia, UI Press.
- Mulyana, D. (2009). *Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- O'Collins, G. & Farrugia, G.E. (1996). *Kamus Teologi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Purbohastuti, W. A. (2017). "Efektivitas Media Social Sebagai Media Promosi." *Jurnal Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jte/article/view/4456>.
- Republik Indonesia. (2009). "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2009 Tentang Kepemudaan." <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38784/uu-no-40-tahun-2009>.
- Riyanto, A. (2014). *Katolisitas Dialog: Ajaran Sosial Katolik*. Yogyakarta: Kanisius.
- Ruli, N. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosiologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sekretariat Paroki Poka. (2025). *Data Statistik Paroki*. Poka-Rumahtiga: Paroki Santo Yoseph.
- Sinode Para Uskup. (2019). *Orang Muda, Iman, Dan Penegasan Panggilan. Dokumen Akhir Sidang Umum Biasa XV Sinode Para Uskup*. Terjemahan Sr. Caroline Nugroho MC. Jakarta: Departemen Dokumentasi dan Penerangan KWI.
- Stevanus, G. (2020). *Pengaruh Media Social Terhadap Hasil Belajar Kognitif Mahasiswa Sekolah Tinggi Katolik Santo Yakobus Merauke*. Skripsi. Merauke: Sekolah Tinggi Katolik Santo Yakobus.
- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sunaryo, F.D.S. (2022). "Hoaks Dan Ujaran Kebencian Dalam Dunia Digital Menurut Pandangan Gereja Katolik." *Prosiding Seminar Nasional Bahasa, Sastra, & Budaya*, 1, 37-48. [https://www.bing.com/search?pglt=297&q=Sunaryo%2C+F.D.S.+2022.+Hoaks+Dan+Ujaran+Kebencian+Dalam+Dunia+Digital+Menurut+Pandangan+Gereja+Katolik&cvid=d2a14b1df5cf4f15ba1f178d062f560e&gs\\_lcrp=EgRIZGdIKgYIABBFdKyBggAEEUYOdIBBzgwMmowajGoAgCwAgA&FORM=ANNTA1&PC=U531](https://www.bing.com/search?pglt=297&q=Sunaryo%2C+F.D.S.+2022.+Hoaks+Dan+Ujaran+Kebencian+Dalam+Dunia+Digital+Menurut+Pandangan+Gereja+Katolik&cvid=d2a14b1df5cf4f15ba1f178d062f560e&gs_lcrp=EgRIZGdIKgYIABBFdKyBggAEEUYOdIBBzgwMmowajGoAgCwAgA&FORM=ANNTA1&PC=U531).
- Magnis-Suseno, F. (2004). *Menjadi Saksi Kristus Di Tengah Masyarakat Majemuk*. Jakarta: Obor. <http://repo.driyarkara.ac.id/id/eprint/63>.
- Syaeba, M. (2016). "Etika Komunikasi Media Sosial Facebook (Studi Eksplorasi Terhadap Tindakan Bullying Bagi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Pemerintahan Universitas Al Asyariah Mandar)." *Mitzal: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*, 1(1), 17-37. <https://journal.lppmunasman.ac.id/index.php/mitzal/article/view/145/136>.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. (2008). *Kamus Bahasa Indonesia* Jakarta: Pusat Bahasa.
- Yulita, Y. (2024). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Etika Komunikasi Pada Generasi Z Di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Sanggau*. Skripsi. Pontianak: IAIN. <https://digilib.iainptk.ac.id/xmlui/handle/123456789/5730>.
- Zamroni, M. (2022). *Filsafat Komunikasi: Pengantar Ontologis, Epistemologis, Aksiologis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.