

ABSTRAK

Kemajuan teknologi informasi terkhususnya pada media social saat ini sudah merasuk hampir semua bidang kehidupan manusia dan salah satunya agama & lembaga agama yang ada sekarang berjalan beriringan dengan perkembangan teknologi yang ada. Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan bagaimana penggunaan media sosial sebagai sarana pelayanan untuk kalangan muda Gereja Bethel Indonesia Haleluya Purwokerto beserta efek komunikasi yang terjadi pada setiap informan yaitu efek kognitif, efek afektif, dan efek behavior. Metode dalam penelitian menggunakan kualitatif. Hasil penelitian meliputi adanya efek-efek komunikasi yang terjadi (kognitif, afektif & behavior) pada setiap kegiatan pelayanan yang dilakukan oleh kalangan muda di Gereja Bethel Indonesia Haleluya Purwokerto. Efek komunikasi ditinjau dari tugas penting gereja yaitu *koinonia*, *marturia* dan *diakonia*. Pada konten *koinonia* umat memiliki pengetahuan serta mengetahui tujuan konten tersebut (*koinonia*), lalu didukung karena adanya ketertarikan pada konten karena adanya ekspektasi dari umat (afektif), yang lalu berujung kepada kehadiran umat (behavior). Pada konten *marturia* umat memperoleh pengetahuan mengenai ajaran agama (kognitif), lalu munculnya persepsi mengenai ajaran tersebut apakah akan diterima atau tidak (afektif), lalu berujung kepada mengikuti ajaran konten tersebut. Dan pada konten *diakonia*, umat menjadi ingin mengetahui mengenai informasi kegiatan yang dilakukan oleh pihak pemberi layanan (kognitif), lalu ditopang dengan suasana emosional yang mengarah kepada keputusan untuk ikut atau tidak (afektif) dan keputusan untuk terlibat merupakan efek dari konten tersebut (behavior). Kesimpulan dalam penelitian ini adalah adanya efek komunikasi yang timbul berbeda – beda pada setiap umat bergantung pada konten yang menjadi sebuah respon dari umat terkhususnya informan pada setiap konten yang berlandaskan tugas penting gereja.

Kata kunci: Penggunaan Media Sosial, Efek Komunikasi, Kalangan Muda, Gereja

ABSTRACT

Advances in information technology, especially in social media, have now penetrated almost all areas of human life and one of them is religion & religious institutions that are now running hand in hand with existing technological developments. The purpose of this study is to describe how the use of social media as a means of service for young people of the Bethel Indonesia Church in Haleluya Purwokerto along with the communication effects that occur on each informant, namely cognitive effects, affective effects, and behavior effects. The method in research using qualitative. The results of the study include the effects of communication that occur (cognitive, affective & behavior) in every service activity carried out by young people at the Bethel Indonesia Church in Haleluya, Purwokerto. The effect of communication is viewed from the important task of the church, namely koinonia, marturia and diaconia. In Koinonia content, people have knowledge and know the purpose of the content (Koinonia), then it is supported because of the interest in the content because of the expectations of the people (affective), which then leads to the presence of the people (behavior). In marturia content, people gain knowledge about religious teachings (cognitive), then perceptions emerge about whether these teachings will be accepted or not (affective), then lead to following the teachings of the content. And in the content of the diaconia, people want to know about information on activities carried out by the service provider (cognitive), then supported by an emotional atmosphere that leads to the decision to participate or not (affective) and the decision to be involved is an effect of the content (behavior). The conclusion in this study is that there is a communication effect that arises differently for each congregation depending on the content that becomes a response from the congregation, especially informants on any content based on important church duties.

Keywords: Use of Social Media, Communication Effects, Youth, Church