

ANALISIS TREN PENGGUNAAN MEDIA KOMUNIKASI DIGITAL PADA KADER YANG TERGABUNG DALAM ANGKATAN MUDA GEREJA PROTESTAN MALUKU

Vitalona crysantini paays, Andi Alimuddin Unde, Arianto

Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin
Makassar, Indonesia

* Email untuk Korespondensi: paaysv@gmail.com, undealimuddin@yahoo.co.id, arianto.uh@yahoo.com

ABSTRAK

Kata kunci:

Tren, komunikasi digital, kader Angkatan muda

Keywords:

Trends, digital communication, cadres of the Rising Force

Perkembangan teknologi telah mengubah cara berkomunikasi, dan dalam konteks ini, media komunikasi digital juga memainkan peran dalam sebuah komunikasi. Tujuan dari penelitian ini untuk menjelaskan Tingkat penggunaan media komunikasi digital kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku. Metode pada penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa tingkat penggunaan media komunikasi digital bervariasi, dengan sebagian besar menunjukkan frekuensi penggunaan tinggi (lebih dari delapan kali sehari) dan durasi akses yang lama (lebih dari 180 menit sehari), meskipun konsistensi penggunaan berada pada tingkat netral. Kesimpulan penelitian ini adalah Sebagian besar responden memiliki pola penggunaan yang memungkinkan penggunaan secara teratur dan intensif dalam sehari.

The development of technology has changed the way of communication, and in this context, digital communication media also play a role in communication. The purpose of this study is to explain the level of usage of digital communication media of cadres of the Young Force of the Maluku Protestant Church. The method in this study uses a quantitative descriptive approach. The results of this study confirm that the level of use of digital communication media varies, with most showing high frequency of use (more than eight times a day) and long duration of access (more than 180 minutes a day), although consistency of use is at a neutral level. The conclusion of this study is most respondents have usage patterns that allow for regular and intensive use within a day.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan aktivitas setiap orang yang menjadi jembatan untuk menghubungkan pemikiran, perasaan, dan informasi di antara individu. Komunikasi melibatkan penyampaian pesan dari satu pihak kepada pihak lain melalui berbagai cara seperti bahasa lisan, tulisan, ekspresi wajah, maupun isyarat tubuh (Harapan et al., 2022; A. A. Sari, 2017). Lebih dari sekadar pengiriman informasi, komunikasi juga melibatkan pemahaman, interpretasi, dan tanggapan terhadap pesan yang diterima. Kemampuan untuk berkomunikasi dengan efektif adalah keterampilan yang penting dalam semua aspek kehidupan, baik dalam hubungan pribadi, profesional, maupun sosial (Razali et al., 2023; Zubaidah, 2016).

Perkembangan teknologi telah mengubah cara kita berkomunikasi, dan dalam konteks ini, media komunikasi digital juga memainkan peran dalam sebuah komunikasi (A. C. Sari et al., 2018; Zis et al., 2021). Media komunikasi digital menjadi bentuk perubahan komunikasi manusia dalam era modern. Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, media komunikasi digital menyediakan platform yang memungkinkan individu dan kelompok untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan terhubung secara cepat di seluruh dunia (Alimin & Islami, 2022; Isya et al., 2021). Melalui media komunikasi digital seperti media sosial, website,

youtub, dan platform kolaborasi online lainnya orang dapat dengan mudah mengirim pesan gambar, dan video, serta berpartisipasi dalam diskusi dan pertukaran pemikiran dalam skala yang lebih luas (Aksenta et al., 2023).

Media digital, termasuk media sosial dan website memiliki peran yang signifikan dalam membentuk cara pandang, nilai, norma, maupun gaya hidup dalam bermasyarakat. Media, terutama media sosial memiliki pengaruh dalam pembentukan cara pandang dan perilaku individu (Iryani & Syam, 2023; Roza, 2020). Kader yang tergabung dalam AMGPM selaku individu yang menggunakan media sosial memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi dan nilai yang dipegang oleh organisasi gereja itu sendiri, selain sarana untuk hiburan dan mencari ide-ide. Oleh sebab itu, memahami cara media memengaruhi perilaku kader AMGPM menjadi penting.

Penggunaan media komunikasi digital terhadap kader yang tergabung dalam AMGPM mencerminkan bagaimana mengaktualisasikan ajaran agama dalam kegiatan kehidupan sehari-hari.

Pengguna media komunikasi digital saat ini berasal dari berbagai kalangan salah satunya kader yang tergabung dalam Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku yang merupakan sebuah organisasi persatuan pemuda-pemudi Kristen. Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku yang merupakan organisasi gerejawi memiliki kader-kader, dimana kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku adalah semua anggota Gereja Protestan Maluku yang berusia 17 – 45 tahun. Dengan adanya media komunikasi digital saat ini para kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku memanfaatkan platform tersebut sebagai media hiburan, informasi, maupun sarana belajar.

Kemajuan teknologi saat ini membuat hampir sebagian manusia menggunakan media sosial dan website sebagai alat komunikasi yang utama, termasuk para kader. Kader ini sebagai bagian integral dari masyarakat Maluku, telah memanfaatkan media sosial dan website untuk berbagai tujuan seperti sarana informasi, memperluas jaringan sosial, hiburan hingga pembelajaran.

Databoks katadata (2022) mayoritas masyarakat Indonesia menghabiskan aktivitas online pada aplikasi pesan singkat dengan presentase responden sebesar 54,7%. Pada urutan kedua diduduki untuk aktivitas platform media sosial dengan presentase responden 49,8%. Kemudian urutan ketiga, masyarakat gemar menghabiskan waktu online untuk mencari informasi dengan presentase responden 47,5%.

Penelitian terdahulu, telah dilakukan penelitian mengenai media sosial. Penelitian Adawiyah (2020), dalam penelitian tersebut terdapat pengaruh yang signifikan antara Penggunaan Sosial Media TikTok dengan Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang (Adawiyah, 2020). Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian pengaruh media komunikasi digital terhadap perilaku gaya hidup, lebih luas diteliti mengenai media digital seperti situs web dan media sosial.

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis penggunaan media komunikasi digital pada kader yang termasuk dalam Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku dengan menggunakan metode regresi linear sederhana yang di olah dengan software SPSS.

METODE

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kota Ambon, Provinsi Maluku. Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif (Aksara, 2021; Rukajat, 2018). Dalam penelitian ini, variabel bebas (X) adalah penggunaan media komunikasi digital, yang mempengaruhi variabel terikat (Y), yaitu perilaku gaya hidup kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku (AMGPM) *Ranting Go Tell Christ* dan *Ranting Getsemani*. Sumber data terdiri dari data primer yang diperoleh langsung melalui kuesioner dan observasi tidak langsung dari partisipan penelitian, serta data sekunder dari studi literatur yang mencakup jurnal, ebook, dan media lainnya. Populasi penelitian berjumlah 389 orang kader AMGPM berusia 17-45 tahun. Dengan menggunakan tabel *Krejcie* dan *Morgan*, sampel penelitian ditentukan sebanyak 194 orang, yang dibagi merata antara dua wilayah yaitu *Ranting Go Tell Christ* dan *Ranting Getsemani* dengan teknik cluster sampling.

Instrumen penelitian ini meliputi observasi tidak langsung dan kuesioner. Observasi tidak langsung digunakan untuk mengumpulkan data tanpa keterlibatan langsung peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati perilaku kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku (AMGPM) di *Ranting Go Tell Christ* dan *Ranting Getsemani* melalui media sosial dan kegiatan AMGPM. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data tentang penggunaan media komunikasi digital dan gaya hidup kader AMGPM. Kuesioner ini disajikan dengan skala Likert yang mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan tertentu, mulai dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Uji validitas menggunakan SPSS memastikan bahwa instrumen pengukuran adalah valid dan akurat, sedangkan uji reliabilitas mengevaluasi konsistensi data yang diperoleh.

Teknik analisis data meliputi uji normalitas untuk memastikan distribusi normal data, uji korelasi untuk melihat hubungan antar variabel, dan regresi linear sederhana untuk menguji hubungan linier antara variabel bebas dan terikat. Uji hipotesis mencakup uji t untuk menguji pengaruh parsial variabel bebas terhadap variabel terikat dan uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Penelitian dilakukan sejak November – Desember 2023. Data yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan hasil pengisian kuesioner melalui *google form* yang dijawab oleh responden. Responden penelitian ini merupakan kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku Ranting Go Tell Christ dan Ranting Getsemani.

1. Karakteristik Jenis Kelamin

Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Klasifikasi jenis kelamin responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Pria	90	46.4
Wanita	104	53.6
Jumlah	194	100.0

Sumber Data: Hasil olahan data primer, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa klasifikasi jenis kelamin responden didominasi oleh Wanita dengan jumlah 104 orang (53,6%), sedangkan Pria 90 orang (46,4%). Walaupun demikian, terlihat bahwa responden proporsional untuk mewakili pendapat kedua jenis kelamin.

2. Karakteristik Tingkat Pendidikan

Jumlah responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Klasifikasi tingkat pendidikan responden

Pendidikan	Frekuensi	Presentase (%)
SD/Sederajat	1	.5
SMP/Sederajat	2	1.0
SMA/Sederajat	90	46.4
S1/Sederajat	88	45.4
LAINNYA	13	6.7
Jumlah	194	100.0

Sumber Data: Hasil olahan data primer, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa klasifikasi responden berdasarkan Pendidikan terakhir, tingkat Pendidikan SMA merupakan mayoritas dalam penelitian ini dengan banyaknya 90 orang (46,4%), kemudian diikuti oleh S1 sebagai Pendidikan terakhir sebanyak 88 orang (45,4%), lainnya yang dimaksud seperti tingkat pendidikan D1,D2,D3,DIV, dan tidak sekolah sebanyak 13 orang (6,7%), tingkat pendidikan SMP sebanyak 2 orang (1%), dan SD 1 orang (0,5%).

a. Karakteristik Usia

Jumlah responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Klasifikasi usia responden

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
17 - 20	33	17
21 - 24	60	31
25 - 28	43	22.2
29 - 32	33	17
33 - 36	9	4.7
37 - 40	7	3.5
41 - 45	9	4.5
Jumlah	194	100.0

Sumber Data: Hasil olahan data primer, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa usia responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan rentang usia 21 – 24 tahun yaitu sebanyak 60 orang (31%), usia ini berada pada fase pencarian identitas maupun hubungan antar pribadi dan eksplorasi minat dan hobi. Responden dengan frekuensi terendah pada rentang usia 37 – 40 tahun yaitu sebanyak 7 orang (3,5%), dimana usia ini berada pada fase pekerja.

b. Karakteristik Media Komunikasi Digital yang Digunakan Responden

Jumlah responden berdasarkan media komunikasi digital yang digunakan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Klasifikasi media yang digunakan responden lebih dari satu media

Media	Frekuensi	Presentase (%)
Instagram	89	18.9
Facebook	142	30.1
Twitter	8	1.7
Youtube	69	14.6
Tiktok	109	23.1
Website	55	11.7
Jumlah	472	100.0

Sumber Data: Hasil olahan data primer, 2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden menggunakan media komunikasi digital lebih dari satu dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini berarti menggambarkan pola konsumsi responden pada media cenderung beragam.

Tabel 5. Klasifikasi jumlah media yang digunakan responden sehari-hari lebih dari satu media

Jumlah Media yang Digunakan	Frekuensi
1	28
2	82
3	58
4	24
5	2
Jumlah	194

Sumber Data: Hasil olahan data primer, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa dominan responden menggunakan lebih dari satu media dalam penggunaannya kehidupan sehari-hari. media yang paling banyak digunakan oleh responden dalam aktivitasnya sehari-hari yaitu sebanyak 2 (dua) media komunikasi digital antara lain tiktok dan facebook. Hal ini mengindikasikan media-media tersebut memiliki dampak yang signifikan dalam kehidupan sehari-hari, dimana dapat disebabkan karena relevansi konten hingga kemudahan dalam mengaksesnya.

Penggunaan Media Komunikasi Digital

Penggunaan media komunikasi digital dapat diketahui dari jawaban responden yang menggunakan 3 indikator dalam pengukuran yaitu: Frekuensi, Durasi, dan konsistensi.

1. Frekuensi Mengakses Media Komunikasi Digital

Tabel 6. Klasifikasi responden berdasarkan keseringan menggunakan media komunikasi digital dalam sehari

Frekuensi Mengakses	Frekuensi	Presentase (%)
1 - 3 kali	18	9.3
4 - 5 kali	41	21.1
6 - 7 kali	37	19.1
>= 8 kali	98	50.5
Jumlah	194	100.0

Sumber Data: Hasil olahan data primer, 2024

Berdasarkan klasifikasi diatas, diketahui bahwa terdapat jawaban yang bervariasi signifikan berdasarkan keseringan menggunakan media komunikasi digital dalam sehari sebanyak 18 orang (9,3%) untuk 1 – 3 kali dalam sehari, 41 orang (21,1%) untuk 4 – 5 kali dalam sehari, 37 orang (19,1%) untuk 6 – 7 kali dalam sehari, dan paling banyak responden menjawab sebanyak 98 orang (50,5%) untuk >= 8 kali dalam sehari.

Hal ini menunjukkan bahwa terdapat peran yang signifikan dari media komunikasi digital dalam kehidupan sehari-hari responden.

2. Durasi Mengakses Media Komunikasi Digital

Tabel 7. Klasifikasi responden berdasarkan durasi menghabiskan waktu pada media komunikasi digital dalam sehari

Durasi Mengakses	Frekuensi	Presentase (%)
< 60 menit sehari	22	11.3
61 - 90 menit sehari	23	11.9
91 - 120 menit sehari	31	16.0
121 - 150 menit sehari	27	13.9
151 - 180 menit sehari	14	7.2
> 180 menit sehari	77	39.7
Jumlah	194	100.0

Sumber Data: Hasil olahan data primer, 2024

Berdasarkan klasifikasi diatas, diketahui bahwa terdapat jawaban yang bervariasi signifikan berdasarkan durasi responden yang digunakan pada media komunikasi digital sebanyak 22 orang (11,3%) untuk < 60 menit sehari dalam sehari, 23 orang (11,9%) untuk 61 – 90 menit dalam sehari, 31 orang (16%) untuk 91 – 120 menit dalam sehari, 27 orang (13,9%) untuk 121 – 150 menit dalam sehari, 14 orang (7,2%) untuk 151 – 180 menit dalam sehari, dan paling banyak responden menjawab sebanyak 77 orang (39,7%) untuk > 180 menit dalam sehari. Hal ini menandakan bahwa terdapat mayoritas responden yang menghabiskan sejumlah waktu yang signifikan dalam interaksinya di media komunikasi digital.

3. Konsistensi Penggunaan Media Komunikasi Digital

Era teknologi yang semakin berkembang pesat, penggunaan media komunikasi digital menjadi bagian yang tidak terlepas dari kehidupan sehari-hari. Hal ini tidak hanya mencakup kegiatan hiburan, melainkan juga berbagai aspek kehidupan yang memengaruhi cara kita berinteraksi, belajar, mode, hingga pekerjaan kita saat ini.

Tabel 8. Klasifikasi responden berdasarkan konsistensi dalam mengakses media komunikasi digital dalam sehari

Konsistensi mengakses	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat Konsisten	46	23.7
Konsisten	57	29.4
Netral	82	42.3
Tidak Konsisten	4	2.1
Sangat Tidak Konsisten	5	2.6
Jumlah	194	100.0

Sumber Data: Hasil olahan data primer, 2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden menjawab dengan bervariasi pada pernyataan pertama mengenai keikutsertaan pada tren media komunikasi digital sebanyak 46 orang (23,7%) yang menjawab SS, 57 orang (29,4%) yang menjawab S, 82 orang (42,3%) yang menjawab N, 4 orang (2,1%) yang menjawab TS, dan 5 orang (2,6%) yang menjawab STS.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif diperoleh bahwa nilai minimum 3, maksimum 15, mean 9,54, standar deviasi 2,9. Dengan dasar tersebut, maka kriteria variabel tingkat penggunaan media komunikasi digital dapat di klasifikasikan, sebagai berikut:

Rendah : ≤ 6

Sedang : 7 – 12

Tinggi : ≥ 13

Tabel 9. Klasifikasi responden berdasarkan tingkat penggunaan media komunikasi digital

Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
Rendah	37	19.1
Sedang	120	61.9
Tinggi	37	19.1
Jumlah	194	100.0

Sumber Data: Hasil olahan data primer, 2024

Klasifikasi jawaban responden dari pernyataan-pernyataan variabel penggunaan media komunikasi digital dibagi menjadi tiga kategori. Berdasarkan hasil yang diperoleh pada tabel di atas, mayoritas responden

Analisis Tren Penggunaan Media Komunikasi Digital Pada Kader yang Tergabung Dalam Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku

berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa keseimbangan penggunaan media komunikasi digital yang diterima oleh sebagian besar khalayak responden.

Tabel 10. Crosstabs jenis kelamin dan penggunaan media komunikasi digital

Jenis Kelamin	Kategori penggunaan media komunikasi digital			Jumlah
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Pria	14	56	20	90
	15.6%	62.2%	22.2%	100%
Wanita	23	64	17	104
	22.1%	61.5%	16.3%	100%
Jumlah	37	120	37	194
	19.1%	61.9%	19.1%	100%

Sumber Data: Hasil olahan data primer, 2024

Berdasarkan hasil tabel silang diatas, menunjukkan bahwa terdapat responden pria tertinggi dengan penggunaan media komunikasi digital pada kategori sedang sebanyak 56 orang (62,2%) dan wanita sama pada kategori sedang sebanyak 64 orang (61.5%) penggunaan media komunikasi digital.

Tabel 11. Crosstabs pendidikan dan penggunaan media komunikasi digital

Pendidikan	Kategori penggunaan media komunikasi digital			Jumlah
	Rendah	Sedang	Tinggi	
SD	1	0	0	1
	100%	0%	0%	100%
SMP	1	1	0	2
	50%	50%	0%	100%
SMA	20	53	17	90
	22.2%	58.9%	18.9%	100%
S1	11	60	17	88
	12.5%	68.2%	19.3%	100%
LAINNYA	4	6	3	13
	30.8%	46.2%	23.1%	100%
Jumlah	37	120	37	194
	19.1%	61.9%	19.1%	100%

Sumber Data: Hasil olahan data primer, 2024

Berdasarkan hasil tabel silang diatas, menunjukkan bahwa terdapat 1 responden dengan tingkat Pendidikan SD termasuk dalam kategori rendah, 2 orang dengan tingkat Pendidikan SMP masing-masing termasuk kategori rendah dan sedang, 90 responden dengan tingkat Pendidikan SMA masuk kategori sedang sebanyak 53 orang (58,9%), 88 responden dengan tingkat pendidikan S1 terbanyak masuk pada kategori sedang 60 orang (68.2%), dan lainnya sebanyak 13 responden terbanyak masuk kategori sedang 6 orang (46.2%).

Tabel 12. Crosstabs ranting dan penggunaan media komunikasi digital

Ranting	Kategori penggunaan media komunikasi digital			Jumlah
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Go Tell Christ	22	55	20	97
	22.7%	56.7%	20.6%	100%
Getsemani	15	65	17	104
	15.5%	67%	17.5%	100%
Jumlah	37	120	37	194
	19.1%	61.9%	19.1%	100%

Sumber Data: Hasil olahan data primer, 2024

Berdasarkan hasil tabel silang diatas, menunjukkan bahwa terdapat 97 responden ranting Go Tell Christ dengan penggunaan media komunikasi digital pada kategori sedang sebanyak 55 orang (56,7%) dan ranting Getsemani sama pada kategori sedang sebanyak 65 orang (67%) penggunaan media komunikasi digital.

Tabel 13. Crosstabs jumlah media yang digunakan dalam sehari-hari dan penggunaan media komunikasi digital

Jumlah Media yang digunakan	Kategori penggunaan media komunikasi digital			Jumlah
	Rendah	Sedang	Tinggi	

1	7 25%	16 57.1%	5 17.9%	28 100%
2	20 24.4%	46 56.1%	16 19.5%	82 100%
3	6 10.3%	43 74.1%	9 15.5%	58 100%
4	4 16.7%	15 62.5%	5 20.8%	24 100%
5	0 0%	0 0%	2 100%	2 100%
Jumlah	37 19.1%	120 61.9%	37 19.1%	194 100%

Sumber Data: Hasil olahan data primer, 2024

Berdasarkan tabel silang diatas, menunjukkan bahwa responden menggunakan media komunikasi digital sebanyak 2 (dua) media dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini ditunjukkan dari banyaknya responden 82 orang memilih lebih dari 1 (satu) untuk mengakses informasi hingga hiburan yang dilihat pada kader ranting Go Tell Christ dan ranting Getsemani.

Uji Normalitas

**Tabel 45. Uji normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		194	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	9.04091107	
Most Extreme Differences	Absolute	.064	
	Positive	.061	
	Negative	-.064	
Test Statistic		.064	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.054 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.400 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.387
		Upper Bound	.412

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Sumber Data: Hasil output SPSS 23 (diolah peneliti, 2024)

Berdasarkan tabel pengolahan data diatas, besarnya hasil pengujian *one sample Kolmogorov-smirnov* dari variabel menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,400 dimana nilai sig tersebut lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang terdapat pada variabel memenuhi syarat normalitas dan dinyatakan terdistribusi secara normal.

Pembahasan

Tingkat Penggunaan Media Komunikasi digital

Berdasarkan hasil klasifikasi responden tingkat penggunaan media komunikasi digital dibagi menjadi tiga kategori yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Hasil menunjukkan bahwa pada kategori rendah sebesar 19,1%, sedang sebanyak 61,9%, dan tinggi sebanyak 19,1%.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kategori sedang pada klasifikasi jawaban terhadap indikator frekuensi, durasi, dan konsistensi. Kategori variabel penggunaan media komunikasi digital ini berada pada tingkat yang seimbang, tidak terlalu banyak maupun juga sedikit. Dengan mayoritas responden pada kategori sedang ini, dapat memberikan gambaran mengenai kebiasaan responden dalam berinteraksi dengan media komunikasi digital, dimana menandakan ketertarikan responden akan media komunikasi digital.

Analisis Tren Penggunaan Media Komunikasi Digital Pada Kader yang Tergabung Dalam Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku

Selain itu juga dalam penelitian *We Are Social*, memperlihatkan data pengguna internet dan media sosial 2023 di Indonesia bahwa pengguna internet sebanyak 77% dari total populasi (jumlah penduduk) dan media sosial sebanyak 60,4%. Data ini menunjukkan tingginya penggunaan media komunikasi digital pengguna dalam kehidupannya.

Dalam konteks indikator frekuensi, mengacu pada seberapa sering seseorang menggunakan media komunikasi digital dalam sehari, dimana lebih dari sama dengan 8 (delapan) kali mengakses media komunikasi digital sebesar 50,5% yang memungkinkan penggunaan secara teratur dan intensif dalam sehari. Selanjutnya indikator durasi, mengacu pada seberapa lama waktu yang dihabiskan responden dalam sehari untuk menggunakan media komunikasi digital lebih dari 180 (seratus delapan puluh) menit sehari sebesar 39,7% yang memungkinkan penggunaan secara teratur dan intensif dalam sehari dan indikator konsistensi, mengacu pada seberapa terlibat responden dalam penggunaan media komunikasi digital dengan netral sebesar 42,3%. Data tersebut memungkinkan responden menggunakan media komunikasi digital untuk keperluan komunikasi, informasi, maupun hiburan. Hal ini mencerminkan pola penggunaan yang sehat dan seimbang antara interaksi dengan media dan kehidupan sehari-hari dalam era digital saat ini.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Asmurti, A. A. Unde & Tawany Rahamma pada tahun 2017 telah menunjukkan bahwa model *uses and gratification* bukanlah permasalahan utama dimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, melainkan bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak (Asmurti et al., 2017). Hasil penelitian ini didukung oleh teori *uses and gratification* konsisten, dimana menekankan bahwa individu menggunakan media sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Hal ini juga dapat dilihat dari asumsi-asumsi yang ada pada teori *uses and gratification*, audiens dianggap aktif dan ada tujuan dalam penggunaan media komunikasi digital, media komunikasi digital saling berkompetisi untuk kepuasan pengguna dan terpenting pengguna memiliki kesadaran diri yang cukup terhadap penggunaan media komunikasi digital itu sendiri. Pengguna media komunikasi digital yang dimaksud adalah kader-kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku, kader-kader mungkin menggunakan media komunikasi digital untuk mencari informasi mengenai gaya hidup, meningkatkan pengetahuan melalui informasi pada website dan berbagai platforma, berkomunikasi dengan sesama, maupun menjalin relasi dengan rekan kerja.

KESIMPULAN

Berdasarkan kuesioner dari 194 responden, tingkat penggunaan media komunikasi digital bervariasi, adapun indikator penggunaan media komunikasi digital meliputi frekuensi dengan tinggi penggunaan lebih dari delapan kali, durasi dengan tinggi mengakses lebih dari seratus delapan puluh menit sehari, dan konsistensi pada tingkatan netral. Hal ini menandakan bahwa sebagian besar responden memiliki pola penggunaan yang memungkinkan penggunaan secara teratur dan intensif dalam sehari.

REFERENSI

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap kepercayaan diri remaja di kabupaten sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148.
- Aksara, P. T. B. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Aksenta, A., Irmawati, I., Ridwan, A., Hayati, N., Sepriano, S., Herlinah, H., Silalah, A. T., Pipin, S. J., Abdurrohmim, I., & Boari, Y. (2023). *Literasi Digital: Pengetahuan & Transformasi Terkini Teknologi Digital Era Industri 4.0 dan Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Alimin, F., & Islami, A. N. (2022). *Teknologi Digital dalam Komunikasi*.
- Asmurti, A., Unde, A. A., & Rahamma, T. (2017). Dampak Penggunaan Smartphone Di Lingkungan Sekolah Terhadap Prestasi Belajar Siswa. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 225–234.
- Harapan, E., Pd, M., Ahmad, S., & MM, D. (2022). *Komunikasi antarpribadi: Perilaku insani dalam organisasi pendidikan*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Iryani, J., & Syam, N. (2023). Peran Media Sosial dalam Menyebarkan Pesan Agama dan Perubahan Sosial. *PUSAKA*, 11(2), 359–372.
- Isya, D. J., Suparman, S. N., Hidayat, T., Yuliaty, E., Farida, A. N., Ramly, A. T., & Hubeis, M. (2021). Strategi komunikasi kepemimpinan pada era digital. *Diversity: Jurnal Ilmiah Pascasarjana*, 1(2).
- Razali, G., Andamisari, D., Putranto, A., Ambulani, N., Sanjaya, F., & Deryansyah, A. D. (2023). Pelatihan Public Speaking Dalam Meningkatkan Komunikasi Sosial. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 4759–4767.

- Roza, P. (2020). Digital citizenship: menyiapkan generasi milenial menjadi warga negara demokratis di abad digital. *Jurnal Sosioteknologi*, 19(2), 190–202.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kuantitatif: quantitative research approach*. Deepublish.
- Sari, A. A. (2017). *Komunikasi antarpribadi*. Deepublish.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan perilaku komunikasi generasi milenial dan generasi z di era digital. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87.
- Zubaidah, S. (2016). Keterampilan abad ke-21: Keterampilan yang diajarkan melalui pembelajaran. *Seminar Nasional Pendidikan*, 2(2), 1–17.