

Efektifitas Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Pemuda Gereja

Gandadinata Thamrin¹, Christopher N T²

¹Dosen Psikologi dan ²Mahasiswa Jurusan Elektro UPH Karawaci

Email: gandadinata.thamrin@uph.edu, christophernt.cn@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial Facebook, Twitter, Whatsapp, Intagram dan Line, dapat digunakan sebagai sarana komunikasi pemuda di gereja. Penelitian ini dilakukan terhadap 762 mahasiswa Kristen Universitas Pelita Harapan, Karawaci. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Analisa Citra dengan Skala Familiaritas dan Skala Favorabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya persentase beberapa media sosial yang digunakan lebih tinggi dari media sosial lainnya sehingga hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi akademisi, peneliti dan praktisi pemimpin gereja seperti pendeta, pastor, majelis, dan penatua.

Kata kunci: media sosial, signifikansi, skala familiaritas, skala favorabilitas, sarana komunikasi.



Copyright : ©2023. The Author.

License : This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)

Pendahuluan

Era globalisasi membuat arus informasi dan komunikasi global menjadi sangat penting, terlebih melalui perkembangan teknologi yang sedemikian cepat. Perkembangan informasi tersebut didukung oleh semakin canggihnya smart phone dan computer, dan jaringan internet yang semakin cepat. Hal tersebut menciptakan suatu ikatan organik di antara individu, kelompok, komunitas, pada suatu tempat, daerah, negara, hingga antarbenua. Ikatan organik ini menciptakan arus bebas yang kuat yang tentunya juga menciptakan koneksi global ekonomi, sosial budaya, dan politik, dalam dunia tanpa batas/*the borderless world* (Ohmae, 1991:230-231).

Kemajuan teknologi telah mengubah cara kita hidup, bekerja, dan berkomunikasi, dengan cara yang belum terbayangkan sebelumnya, dahulu dunia tidak terhubung namun saat ini dunia terhubung (*connected world*) seolah tanpa ada batasnya (Mansour, 2006,2-3). Bahkan dapat pula disebut desa global (*global village*), dimana media baru akan memungkinkan orang untuk terlibat lebih banyak dalam kehidupan orang lain yang membuat sebuah proses komunikasi menjadi global (McLuhan, 1994).

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, internet, dan multimedia, yang begitu pesat, bertumbuh juga satu generasi muda yang disebut sebagai generasi Y. Sebenarnya ada beberapa generasi yang lahir dan tumbuh pada masa perkembangan computer, smart phone, dan internet, seperti *the netter* kelahiran antara 1980-1990, dan generasi Z (*the zippies* kelahiran 1991-2005) serta yang terakhir adalah Generasi *Alpha* (kelahiran 2006 ke atas). Generasi Y ini sangat akrab dengan penggunaan media social, bahkan media social memegang peranan penting dalam kehidupan mereka (sangat *technominded*/gemar teknologi). Kehidupan mereka berinteraksi lebih banyak melalui gadget seperti *Skype*, *Whatsapp*, *Twitter* dan *Facebook* (Suryadi, 2017, 4-6). Perilaku ini pun berpengaruh pada kehidupan pemuda dan remaja gereja, dimana mereka menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi untuk kegiatan dan program gereja. Pengertian 'komunikasi' secara terminologi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain, "*communico*" (bahasa Latin) yang artinya membagi atau membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih (Cangara, 2000, 17-20).

Komunikasi adalah suatu proses yang melibatkan keseluruhan rentetan dan suasana seorang dalam memengaruhi orang lain (Bovee, 2002, 33-35), atau merupakan proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih. Dengan maksud untuk memengaruhi tingkah laku mereka dalam kelompok mereka sendiri atau kelompok

berbeda melalui suatu sarana, dalam hal ini salah satunya adalah sarana media sosial (Liliweri, 1994). Dengan demikian penggunaan media sosial dapat berpengaruh positif (produktif) bagi kemajuan kegiatan atau suatu program yang sedang dijalankan (Handoko, 1995, 6-7), alasannya karena informasi yang disampaikan dapat berhasil diterima oleh penerima pesan dengan baik, dan ini dapat dikatakan komunikasi yang efektif (Fiske, 2016, 1-6).

Rusmana pada tahun 1998 (120-123) telah melakukan penelitian tentang peran informasi dalam era global, barangkali penelitian-penelitian semacam itu telah mendorong penggunaan media social di dalam gereja. Seperti yang dilakukan oleh Axel, Najoran dan Sugiarto (2017:1-2) membuat aplikasi yang berbasis android sebagai komunikasi antara anggota gereja GBI Menorah Manado, begitu juga Tafonao, Belasunda dan Rahmansyah (2017:47) membuat suatu aplikasi user android untuk memberitakan warta gereja Kemenangan Iman Indonesia cabang Bandung dan menjadikannya komunikasi antar jemaat. Namun bagi gereja yang tidak memiliki aplikasi tersendiri, biasanya menggunakan aplikasi Facebook, Twitter, Whatsapp, Instagram dan Line sebagai sarana komunikasi jemaat di dalam gereja. Perlakuan komunikasi yang demikian, telah membentuk identitas mereka (Ayun, Primada, 2015, 2-3) dan kemampuan bersosial media dapat menjadi sebagai suatu keunggulan dalam menumbuh-kembangkan gerejanya (Suyanto, 2003, 23-24).

Metode

Metode penelitian yang digunakan untuk menganalisa dan meneliti, menggunakan Analisa Citra yaitu skala yang mengukur seberapa jauh pengetahuan responden sasaran terhadap objek yang diteliti. Pada Analisa Citra ada 2 skala (Kotler, 1995, 707) yaitu: Skala Familiaritas yaitu, skala yang dipakai untuk mengukur seberapa dekat atau familiar dengan objek. Sedangkan Skala Favorability adalah, skala yang dipakai untuk mengukur seberapa jauh respon responden terhadap objek yang diteliti, sehingga diharapkan akan muncul segi urgensinya faktor peranan media sosial sebagai sarana komunikasi pemuda gereja.

Data yang dikumpulkan dari 762 responden yang diperoleh dari mahasiswa Kristen Universitas Pelita Harapan, dari kelas-kelas yang berada pada saat semester yang sama. Kelas diambil secara sampling yang mewakili setiap program studi dari 23 program studi yang ada di Universitas Pelita Harapan Karawaci pada angkatan yang sama, data diambil melalui kuesioner untuk mengukur seberapa jauh penggunaan kelima media sosial (Facebook, Twitter, Whatsapp, Instagram dan Line) sebagai sarana komunikasi kegiatan gereja.

Landasan Teoritis

Menurut Kaplan dan Haenlein bahwa Media sosial berdasarkan ideologi dan teknologi web 2.0, memungkinkan pertukaran konten yang dibuat oleh pengguna sendiri sebagai "sekelompok aplikasi berbasis internet yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna" (Kaplan, 2010). Media sosial adalah media daring (jaringan) yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan menciptakan ide-ide kreatif secara global, dimana pengguna dapat melakukan praktik-praktik berbagi konten dalam blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual (Farkas, 2007). Secara keseluruhan, media sosial memungkinkan siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dalam interaksi terbuka, memberikan umpan balik, memberikan komentar, dan berbagi informasi dengan cepat dan tanpa batas melalui teknologi berbasis web yang dapat diakses secara mobile (Mulyana, 1998, 61-67).

Fenomena kebutuhan media sosial terus meningkat bagi semua kalangan tua dan muda (Hanjani, 2014, 3-4), informasi dari Kementerian Kominfo pada tahun 2015 memberikan hasil survey bahwa ada 5 media sosial yang paling populer digunakan di Indonesia yaitu *Facebook* (65 juta pengguna), *Twitter* (19,5 juta pengguna), *Google+* (3,4 juta pengguna), *LinkedIn* (1 juta pengguna) dan *Path* (700 ribu pengguna). Bahkan hal ini menunjukkan kecenderungan dengan trend terus bertambah dengan pengguna *Whatsapp*, *Instagram*, *Line* dan lainnya (Suara Merdeka, 27 Maret 2015). Hal ini dapat mengindikasikan bahwa komunikasi berperan besar dalam pembentukan peradaban manusia, semua orang mau tidak mau harus berkomunikasi. Komunikasi pada dasarnya merupakan sebuah proses interaksi antar manusia melalui proses penukaran informasi, baik secara langsung melalui tatap muka ataupun tidak langsung melalui media-media. Komunikasi adalah salah satu dari aktivitas manusia yang dikenali oleh semua orang namun sangat sedikit yang dapat mendefinisikannya secara memuaskan (Werner, Severin, Tankard, 2005, 3-4).

Pengertian Komunikasi secara umum adalah suatu proses di mana seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain. Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu, cara seperti ini disebut "komunikasi dengan bahasa nonverbal" (Fiske, 2016).

Menurut Joseph A. DeVito (2011:24) definisi komunikasi adalah suatu acuan pada tindakan, oleh satu orang atau lebih yang mengirim dan menerima pesan, yang terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik. Hubungan universal dari komunikasi mengandung elemen-elemen yang ada di dalam setiap tindak komunikasi, terlepas dari apakah itu bersifat intrapribadi, antarpribadi, kelompok kecil, pidato terbuka atau komunikasi massa. Komunikasi secara terminologi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain dimana kegiatan itu dilakukan secara sadar, disengaja serta mempunyai tujuan untuk menyampaikan pesan antar pelaku komunikasi (Cangara, 2000:33).

Chandra (1996) mengatakan bahwa, saat ini gereja tidak mungkin bisa lepas dari arus keras perkembangan teknologi dan informasi, karena arus perubahan ini memberi dampak kepada seluruh peradaban manusia. Oleh karena itu gereja mau tidak mau akan mengikuti perkembangan arus teknologi dan informasi ini, memanfaatkannya dalam kegiatan gereja seperti pewartaan, memperkenalkan iman kristiani, dan pemberian pengajaran-pengajaran Nya, kepada jemaat agar dapat bertumbuh dan semakin dewasa. Meskipun begitu gereja juga harus hati-hati terhadap efek negatif dari media sosial (Gandadinata, 2021).

Pandangan Biblika mengenai sarana komunikasi pada Ulangan 6:4-9

Pada Perjanjian Lama komunikasi menjadi dasar penting dalam melakukan kegiatan keagamaan dan tradisi adat istiadat pada bangsa Israel, komunikasi menjadi sarana penting yang diterapkan seperti yang dilakukan oleh bangsa Israel dalam mendidik anak-anak dan keluarganya. Shema dalam Ulangan 6:4-9,

“Dengarlah, hai orang Israel: Tuhan itu Allah kita, Tuhan itu Esa, Kasihilah Tuhan, Allahmu, dengan segenap hatimu dan dengan segenap jiwamu dan dengan segenap kekuatanmu. Apa yang kuperintahkan kepadamu pada hari ini haruslah engkau perhatikan, haruslah engkau mengajarkannya berulang-ulang kepada anak-anakmu dan membicarakannya apabila engkau duduk di rumahmu, apabila engkau sedang dalam perjalanan, apabila engkau sedang berbaring dan apabila engkau bangun. Haruslah juga engkau mengikatkannya sebagai tanda pada tanganmu dan haruslah itu menjadi lambang di dahimu, dan haruslah engkau menuliskannya pada tiang pintu rumahmu dan pada pintu gerbangmu”.

menjelaskan bahwa Tuhan sudah memerintahkan agar mengomunikasikan ‘Shema’ yakni Tuhan itu Allah kita, Tuhan itu Esa, Kasihilah Tuhan, Allahmu dengan segenap hatimu dan dengan segenap jiwamu dan dengan segenap kekuatanmu,’ kepada anak cucu

keturunan Isarel secara terus menerus, berulang-ulang, serta membicarakannya bila saat keluarga berkumpul, duduk bersama, sedang melakukan perjalanan bersama, sedang berbaring, bangun, serta mengikatkannya sebagai tanda pada tangan dan menjadi lambang di dahi serta menuliskannya pada tiang pintu rumah dan pintu gerbang orang Israel.

Perintah tersebut telah menjadi sarana komunikasi yang diterapkan oleh bangsa Israel, yang membentuk relasi atau hubungan yang intim dengan Allah. Musa menekankan kepada umat tentang perintah-perintah itu dimana mereka harus mengajar anak-anak mereka baik secara tertulis maupun lisan, membawakannya dalam kegiatan liturgi dua kali sehari, dan menjadikan tradisi Yudaisme sebagai pengakuan iman yang wajib diucapkan (dihafal) tiap pagi pada ibadah pagi dan malam. Agar membentuk relasi hubungan untuk mencapai tujuan kegiatan keagamaan, pola pikir, dan tradisi adat istiadat serta membangun relasi dengan Tuhan semakin intim.

Dari dasar Biblika ini mengindikasikan betapa pentingnya komunikasi, namun komunikasi di zaman modern ini telah berkembang dan dilakukan dengan media social. Media social dapat dijadikan sarana komunikasi kegiatan jemaat khususnya pemuda remaja, dengan tujuan menjadi sarana atau alat yang sangat penting untuk mendukung efektifitas program atau kegiatan di gereja. Agar gereja dapat mengembalikan dan menjangkau pemuda remaja lebih efektif dan berdampak.

Hasil dan Pembahasan

Perhitungan persentasi nilai yang dikumpulkan dari data responden dihitung dengan cara memberikan bobot nilai pada masing-masing jawaban responden, lalu dari jumlah bobot nilai masing-masing responden pada kelompok pertanyaan tersebut dihitung dengan rumus sebagai berikut:

1. Perhitungan Nilai Familiaritas B1 disingkat (PNFB1) dalam skala Familiaritas adalah:

$$\text{Nilai Familiaritas B1} = \frac{\text{Jumlah Bobot Nilai Responden}}{\text{Jumlah Responden} \times \text{Bobot Nilai Tertinggi}} \quad (\text{PNFB1})$$

Begitu selanjutnya perhitungan nilai Familiaritas B2 - B5.

2. Perhitungan persentase Nilai Favorabilitas C1 disingkat (PNFC1) dalam skala Favorabilitas adalah:

$$\text{Nilai Favorabilitas C1} = \frac{\text{Jumlah Bobot Nilai Responden}}{\text{Jumlah Responden} \times \text{Bobot Nilai Tertinggi}} \quad (\text{PNFC1})$$

Begitu selanjutnya perhitungan nilai Favorabilitas C2 - C5.

Analisa data responden berdasarkan kelompok pertanyaan B (Skala Familiaritas) dan pertanyaan C (Skala Favorabilitas) sebagai Sarana Komunikasi Kegiatan Gereja adalah:

Pertanyaan B:

1. Persentase Nilai Familiaritas B1 (PNFB1) = $39,8/268 \times 100\% = 14,85\%$.
2. Persentase Nilai Familiaritas B2 (PNFB2) = $32,7/268 \times 100\% = 12,20\%$.
3. Persentase Nilai Familiaritas B3 (PNFB3) = $62,2/268 \times 100\% = 23,20\%$.
4. Persentase Nilai Familiaritas B4 (PNFB4) = $63,8/268 \times 100\% = 23,80\%$.
5. Persentase Nilai Familiaritas B5 (PNFB5) = $69,5/268 \times 100\% = 25,93\%$.

Pertanyaan C:

1. Persentase Nilai Favorabiliti C1 (PNFC1) = $70/380 \times 100\% = 18,42\%$.
2. Persentase Nilai Favorabiliti C2 (PNFC2) = $62/380 \times 100\% = 16,31\%$.
3. Persentase Nilai Favorabiliti C3 (PNFC3) = $81/380 \times 100\% = 21,31\%$.
4. Persentase Nilai Favorabiliti C4 (PNFC4) = $83/380 \times 100\% = 21,84\%$.
5. Persentase Nilai Favorabiliti C5 (PNFC5) = $84/380 \times 100\% = 22,10\%$.

Hasil Nilai dari Skala Familiaritas dan Skala Favorabilitas

Dilihat dari perhitungan persentase responden mengenai Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Kegiatan Gereja dalam Skala Familiaritas menunjukkan bahwa:

1. Media Sosial Facebook (PNFB1) memperoleh 14,85 %
2. Media Sosial Twitter (PNFB2) memperoleh 12,20 %
3. Media Sosial Whatsapp (PNFB3) memperoleh 23,20 %
4. Media Sosial Instagram (PNFB4) memperoleh 23,80 %
5. Media Sosial Line (PNFB5) memperoleh 25,93 %

Dari data perhitungan persentase responden mengenai media sosial sebagai sarana komunikasi kegiatan gereja dalam skala familiaritas menunjukkan ada 2 media yang memperoleh nilai rendah yaitu Facebook sebesar 14,85% dan Twitter sebesar 12,20%, hal ini memperlihatkan bahwa responden tidak terlalu familiar atau jarang menggunakan Media Sosial Facebook dan Twitter sebagai sarana komunikasi kegiatan gereja.

Data di atas juga menunjukkan ketiga media sosial lainnya berada di atas 20% skala familiaritas yang tinggi yaitu Whatsapp sebesar 23,20%, Instagram sebesar 23,80% dan media sosial Line memperoleh nilai sebesar 25,93% (tertinggi dari keempat media sosial lainnya).

Skala Familiaritas

Media Sosial	Persentase	Keterangan
Facebook	14,85% (PNFB1)	Sarana Komunikasi
Twitter	12,20% (PNFB2)	Sarana Komunikasi
Whatsapp	23,20% (PNFB3)	Sarana Komunikasi
Instagram	23,80% (PNFB4)	Sarana Komunikasi
Line	25,93% (PNFB5)	Sarana Komunikasi

Gambar 1 Tabel Persentase Skala Familiaritas Responden.

Perhitungan Persentase Responden mengenai Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Kegiatan Gereja dalam Skala Favorabilitas menunjukkan bahwa:

1. Media Sosial Facebook (PNFC1) memperoleh 18,42 %
2. Media Sosial Twitter (PNFC2) memperoleh 16,31 %
3. Media Sosial Whatsapp (PNFC3) memperoleh 21,31 %
4. Media Sosial Instagram (PNFC4) memperoleh 21,84 %
5. Media Sosial Line (PNFC5) memperoleh 22,10 %

Dari data perhitungan persentase responden mengenai media sosial sebagai sarana komunikasi kegiatan gereja dalam skala favorabilitas menunjukkan dua media sosial tersebut berada dibawah 20% yaitu media sosial Facebook 18,42% dan media social Twitter sebesar 16,31% dan yang tertinggi diperoleh media sosial Line sebesar 22,10% dan Instagram 21,43% serta media sosial Whatsapp 21,31%, hal ini memperlihatkan bahwa responden lebih memilih 3 media sosial Line, Instagram dan Whatsapp (favorabilitasnya tinggi) sebagai sarana komunikasi kegiatan gereja.

Skala Favorabilitas

Media Sosial	Persentase	Keterangan
Facebook	18,42% (PNFC2)	Sarana Komunikasi
Twitter	16,31% (PNFC3)	Sarana Komunikasi
Whatsapp	21,31% (PNFC4)	Sarana Komunikasi
Instagram	21,84% (PNFC5)	Sarana Komunikasi
Line	22,10% (PNFC6)	Sarana Komunikasi

Gambar 2 Tabel Persentase Skala Favorabilitas Responden.

Dari data hasil Skala Familiaritas dan Skala Favorabilitas menunjukkan bahwa responden menganggap penggunaan kelima media sosial sebagai sarana komunikasi sangat efektif dan ketiga media social Whatsapp, Instagram dan Line menjadi pilihan mereka untuk berkomunikasi untuk kegiatan gereja.

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini memiliki beberapa implementasinya bagi masyarakat, gereja dan akademisi. Adapun implementasi proyek penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Proyek penelitian ini juga dapat dijadikan data penelitian bagi gereja-gereja di Indonesia, untuk mengetahui seberapa efektifitas dan efisien Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi pemuda gereja.
2. Bagi para akademisi dapat mengetahui langkah praktis dan teoritis, selanjutnya setelah mendapatkan informasi dan data penelitian yang telah dilakukan peneliti dapat melakukan penelitian berkelanjutan.
3. Bagi masyarakat proyek penelitian ini akan memperkaya pengetahuan dan memberikan kontribusi, kepada peneliti lainnya bahwa peranan media sosial begitu penting dalam sarana komunikasi.
4. Dengan mengerti, memahami dan mempelajari media sosial maka, gereja mendapatkan banyak manfaat sebagai sumber informasi, sumber belajar secara *online* sehingga, pengetahuan dan wawasan pengguna dapat ditingkatkan, ide dan inovasi dapat muncul sehingga meningkatkan kualitas sumber daya manusia di dalam pertumbuhan gereja tersebut.
5. Dengan kemudahan akses online maka munculnya ancaman penyebaran ideologi dan budaya yang tidak sesuai dengan ajaran gereja termasuk juga ajaran-ajaran sesat atau bidat dapat tersebar dengan mudah sehingga, bila jemaat tidak dibekali pengetahuan dan iman yang kuat akan mudah terpengaruh dan dapat mengubah pola pikir masyarakat begitu cepatnya dan yang dikhawatirkan adanya ajaran yang tidak baik yang diajarkan pada penggunanya.

KEPUSTAKAAN

Alo, Liliweri. (1994). *Perspektif Teoritis Komunikasi Antar Pribadi, suatu Pendekatan ke arah Psikologi Sosial Komunikasi, 8-11*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

- Axel, Rumate., Dennis, Najooan., & Sugiarto, Brave A. (2017). "Rancang Bangun Aplikasi Berbasis Android Untuk Informasi Kegiatan dan Pelayanan Gereja", *E-Journal Teknik Elektro dan Komputer Unsrat*, 1-2. Manado: Universitas Sam Ratulangi.
- Ayun, Primada, Qurrota, (2015). "Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas", *Jurnal Fakultas FISIP*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Sekretariat Jenderal Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Sekretariat Jenderal Kementerian Keuangan RI. (2013). "Komunikasi yang Efektif". Jakarta: Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Sekretariat Jenderal Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Sekretariat Jenderal Kementerian Keuangan RI.
- Bovee, Cortland L, & Thill, John V. (2002). *Komunikasi Bisnis 1*, 33-35, terjemahan Sindoro, Alexander. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Cangara, Hafied. (2000). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 17-20. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Chandra, Robby (1996). *Teologi dan Komunikasi*, Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- DeVito, Joseph A. (2011) *Komunikasi Antar Manusia*, terjemahan Agus Maulana, Jakarta: Karisma Publishing Group.
- Farkas, Meredith G. (2007). *Social Software in Libraries*. New Jersey: Building Collaboration Communication and Community Online, Information Today Inc.
- Fiske, John. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 1-6. Jakarta: Rajawali Press.
- Handoko, T. Hani. (1995). *Manajemen*, 6-7. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Hanjani, Febyuka. (2014). "Peningkatan kebutuhan akan Media Sosial pada Remaja, salah siapa?", 3-4. *Personal Growth Conseling and Development Center*, www.personalgrowth.co.id.
- Kaplan, Andreas M., & Haenlein, Michael. (2010). "Social Media", *Journal of systems and Information Technology*. Paris, France: Emerald Group Publishing Limited, ESCP Europe.
- Kotler, Philip. (1995). *Manajemen Pemasaran 1: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, 707-736, terjemahan Hermawan, Ancella Anitawati. Jakarta: Salemba Empat.
- Lim, Merlyna. "Klik yang Tidak Memantik; Aktifisme Media Sosial di Indonesia", *eJurnal Komunikasi Indonesia*, 2014.
- Mansour, Fakhri. (2006). *Runtuhnya Teori Pembangunan dan Globalisasi*, 2-3. Yogyakarta: Insist Press dan Pustaka Pelajar.
- McLuhan, Marshall. (1994). *Understanding Media: The Extension of Man*, 427. London: The MIT Press.
- Mulyana, Deddy (1998). *Ilmu Komunikasi, suatu Pengantar*, 61-67. Bandung: ROSDA.

- Ohmae, Kenichi. (1991). *Dunia Tanpa Batas, Kekuatan dan Strategi di Dalam Ekonomi yang Saling Mengait*, 230-231, terjemahan Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Rusmana, Agus. (1998). *Dinamika Informasi dalam Era Global, Peran Informasi dalam Era Globalisasi*, 120-123. Bandung: ROSDA.
- Suryadi, Bambang. (2017). "Generasi Y, Karakteristik, Masalah dan Peranan Konselor", 4-6. Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Suyanto, M. (2003). *Multimedia, Alat untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*, 23-24. Yogyakarta: ANDY OFFSET.
- Tafonao, Josua., Belasunda, Riksa., & Rahmansyah, Aris. (2017). "User Interface Aplikasi berbasis Android untuk Gereja Kemenangan Iman Indonesia cabang Bandung", 47, *e Proceeding of Arts and Design, Program Studi Desain Komunikasi Visual*. Bandung: Universitas Telkom.
- Thamrin, Gandadinata. (2021). "Analisa Citra Penggunaan Media Sosial (Whatsapp dan Line) Sebagai Sarana Komunikasi Kegiatan Gereja yang Efektif", *Journal of Theology and Christian Education*. Jakarta: Diligentia.
- Werner, Severin., & Tankard, James W. (2005) *Teori Komunikasi; Sejarah, Metode & Terapan di dalam media Massa*, 3-4. Jakarta: Kencana.