Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH)
Volume 6, Number 10, Oktober 2026, pp. 3247-3258
e-ISSN 2774-5155
https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v6i10.33008

Dari Konsumen Menuju Kreator Iman: Agensi Orang Muda Katolik dalam Katekese Digital

Agustinus Manfred Habur* , Hilda Anggong, Maksimilianus Jemali
Universitas Katolik Indonesia Santu Paulus Ruteng, Indonesia
Email : agustinusmanfred@gmail.com*

Keywords:
Catholic Youth; Digital Catechesis; Digital Catechetical Agency; Digital Culture; Faith Participation

This is an open access article under the CC BY-SA license.

Copyright © 2026 by Author. Published by Publikasiku Publisher

Abstract

Digital culture has transformed young people's religious experiences, yet familiarity with digital media does not necessarily foster active participation in faith formation. This study explores Catholic youth's movement from passive consumption toward digital catechetical agency and identifies conditions supporting this transition at Mesi Mission Station, Mok Parish, East Manggarai, Indonesia. A descriptive qualitative approach involved ten Catholic youth informants. Data were collected through interviews, observations, and documentation, then analyzed through data reduction, presentation, and conclusion drawing, with interpretation informed by digital catechetical agency. Findings revealed five interconnected themes: dominant digital consumption, experiential relevance, interactive communication, relational support, and emerging agency. Participants remained passive during catechesis despite regularly using digital platforms. Engagement increased when materials addressed everyday experiences, incorporated videos and religious songs, encouraged dialogue, and received peer support. Limited facilitation, infrastructure, connectivity, and digital confidence constrained participation. These findings suggest that agency develops through contextual, interactive, and communal faith formation rather than technological access alone. The proposed interpretive framework connects consumption, experiential relevance, faith interaction, communal participation, creative engagement, and emerging agency without assuming universal sequential development. The study concludes that digital catechesis should empower youth through dialogue, reflection, collaboration, and ecclesial accompaniment, while content creation remains an unrealized potential.

Kata Kunci:
Agensi Kateketis Digital; Budaya Digital; Katekese Digital; Orang Muda Katolik; Partisipasi Iman

Abstrak

Budaya digital telah mengubah pengalaman keagamaan kaum muda, tetapi kedekatan dengan media digital belum tentu menghasilkan partisipasi aktif dalam pembentukan iman. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi pergerakan Orang Muda Katolik dari konsumsi pasif menuju agensi kateketis digital serta mengidentifikasi kondisi pendukungnya di Stasi Mesi, Paroki Mok, Kabupaten Manggarai Timur. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan melibatkan sepuluh informan Orang Muda Katolik. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan menggunakan konsep agensi kateketis digital sebagai lensa interpretasi. Hasil penelitian mengungkapkan lima tema, yaitu dominasi konsumsi digital, relevansi pengalaman, komunikasi interaktif, dukungan

relasional, dan agensi yang mulai bertumbuh. Sebagian peserta pasif dalam katekese meskipun terbiasa menggunakan platform digital. Keterlibatan meningkat ketika materi dikaitkan dengan pengalaman sehari-hari, menggunakan video dan lagu rohani, membuka dialog, serta memperoleh dukungan teman sebaya. Keterbatasan pendampingan, fasilitas, jaringan internet, dan kepercayaan diri digital menghambat partisipasi. Pembahasan menunjukkan bahwa pertumbuhan agensi memerlukan pembentukan iman yang kontekstual, interaktif, dan komunal. Kerangka interpretatif menghubungkan konsumsi digital, relevansi pengalaman, interaksi iman, partisipasi komunal, keterlibatan kreatif, dan agensi yang bertumbuh tanpa mengasumsikan tahapan universal. Penelitian menyimpulkan bahwa katekese digital perlu memberdayakan kaum muda melalui dialog, refleksi, kolaborasi, dan pendampingan gerejawi; produksi konten belum terbukti.

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah cara kaum muda membangun relasi, mengakses pengetahuan, mengekspresikan identitas, dan menjalani pengalaman keagamaan. Ruang digital tidak lagi sekadar instrumen komunikasi, tetapi telah menjadi lingkungan sosial-budaya tempat identitas dan praktik religius dibentuk, dinegosiasikan, serta diekspresikan (Evolvi, 2022; Golan, 2023). Penelitian terhadap kaum muda beragama menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi ruang pembentukan identitas dan rasa memiliki religius melalui interaksi dengan individu maupun komunitas yang memiliki orientasi keagamaan tertentu (Deroo & Mohamud, 2022; Zeiler et al., 2022). Pada kaum muda Katolik, praktik religius digital juga memperlihatkan keterhubungan antara penggunaan media, kehidupan spiritual, dan pengalaman komunitas (Santos & Franca, 2025). Perubahan ini menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi Gereja untuk mendampingi generasi muda yang hidup dalam budaya digital. Christus Vivit menegaskan bahwa lingkungan digital telah membentuk cara kaum muda berkomunikasi dan memahami dunia, sementara Directory for Catechesis menempatkan budaya digital sebagai konteks yang perlu diperhitungkan secara serius dalam evangelisasi dan katekese (Francis, 2019; Pontifical Council for the Promotion of the New Evangelization [PCPNE], 2020).

Namun, familiaritas dengan teknologi digital tidak dengan sendirinya menghasilkan keterlibatan religius yang aktif. Kaum muda dapat menjadi pengguna intensif media sosial sekaligus tetap berada pada posisi penerima atau konsumen konten. Studi tentang agama digital menunjukkan bahwa praktik keagamaan di media sosial melibatkan dinamika yang lebih kompleks daripada sekadar akses terhadap informasi, karena berkaitan dengan identitas, interaksi, komunitas, dan cara pengguna menafsirkan serta mengekspresikan keyakinannya (Evolvi, 2022; Liu et al., 2025). Dalam konteks Indonesia, media sosial juga telah menjadi ruang bagi pembentukan identitas dan keterlibatan religius kaum muda (Prasojo et al., 2020; Triawan & Wijaya, 2021). Dinamika serupa terlihat pada OMK di Stasi Mesi, Paroki Mok. Mereka telah familiar dengan platform seperti WhatsApp, Instagram, TikTok, dan YouTube, tetapi keterlibatan dalam katekese digital masih cenderung pasif; sebagian peserta lebih banyak mendengarkan daripada bertanya atau berdiskusi. Sebaliknya, ketertarikan meningkat ketika kegiatan menggunakan video, lagu, diskusi interaktif, dan bentuk komunikasi dua arah.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tantangan katekese digital bukan terutama terletak

pada ketersediaan teknologi, melainkan pada bagaimana teknologi digunakan untuk membangun proses pembentukan iman yang relevan dan partisipatif. Budaya digital mengubah bahasa, pola relasi, proses belajar, dan cara manusia membangun makna sehingga digitalisasi katekese tidak cukup dilakukan dengan memindahkan pola komunikasi satu arah ke media baru (Mazur, 2021; PCPNE, 2020). Katekese dalam budaya digital perlu bergerak dari orientasi transmisi menuju perjumpaan, dialog, interpretasi pengalaman, dan keterlibatan aktif peserta (Sultana, 2021). Penelitian tentang katekese digital di Indonesia juga menunjukkan pentingnya integrasi antara ruang digital, pedagogi, komunitas, dan pembentukan iman, sehingga teknologi dapat menjadi lingkungan formasi, bukan sekadar saluran distribusi materi religius (Habur, 2025; Habur & Gaol, 2026). Dalam konteks Stasi Mesi, relevansi materi dengan pengalaman sehari-hari, dukungan teman sebaya, kompetensi digital, metode yang menarik, dan pendampingan fasilitator muncul sebagai kondisi yang memengaruhi keterlibatan OMK.

Meskipun kajian tentang digital religion semakin berkembang, sebagian besar penelitian lebih banyak membahas identitas religius, praktik keagamaan daring, komunitas, otoritas, dan religious belonging (Evolvi, 2022; Golan, 2023; Santos & Franca, 2025; Zeiler et al., 2022). Kajian mutakhir mulai menunjukkan bahwa kaum muda tidak hanya menerima konten keagamaan, tetapi juga dapat menafsirkan, menegosiasikan, mengekspresikan, dan mengedarkan pesan religius melalui media digital (Limacher et al., 2025; Liu et al., 2025). Namun, dalam kajian katekese, masih terdapat ruang untuk menjelaskan bagaimana partisipasi digital kaum muda berkembang menjadi agensi kateketis: kapasitas untuk bergerak melampaui penerimaan pesan menuju keterlibatan reflektif, relasional, dan kreatif dalam komunikasi iman. Kesenjangan ini penting karena peningkatan partisipasi belum tentu identik dengan terbentuknya agensi. Seseorang dapat hadir dan mengikuti kegiatan digital tanpa memperoleh ruang yang memadai untuk menafsirkan pengalaman, menyuarakan iman, berinteraksi, dan mengambil tanggung jawab dalam komunitas.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini memperkenalkan agensi kateketis digital (*digital catechetical agency*) sebagai kapasitas kaum muda Katolik untuk secara kritis menerima, menafsirkan, mengomunikasikan, membagikan, dan secara kreatif mengekspresikan makna iman melalui interaksi antara pengalaman hidup, komunitas Gereja, dan budaya digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis pergerakan OMK dari konsumsi digital menuju keterlibatan kateketis yang lebih aktif serta mengidentifikasi kondisi yang memungkinkan tumbuhnya agensi tersebut. Dua pertanyaan memandu penelitian: (1) bagaimana pengalaman OMK dalam katekese digital memperlihatkan dinamika antara konsumsi pasif dan keterlibatan aktif? dan (2) kondisi apa yang memungkinkan keterlibatan tersebut berkembang menjadi agensi kateketis digital? Secara konseptual, penelitian mengusulkan lintasan *digital consumption → experiential relevance → faith interaction → communal participation → creative engagement → emerging catechetical agency*. Dengan demikian, kebaruan penelitian terletak pada pergeseran fokus dari penggunaan media dan tingkat partisipasi menuju pembentukan agensi, yang menempatkan kaum muda bukan hanya sebagai penerima katekese digital, tetapi sebagai subjek yang secara bertahap dapat mengambil bagian aktif dalam pemaknaan dan komunikasi iman.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengeksplorasi pengalaman, pandangan, dan bentuk keterlibatan Orang Muda Katolik (OMK) dalam katekese digital di Stasi Mesi, Paroki Mok, Kabupaten Manggarai Timur. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan penelitian memahami suatu fenomena dalam konteks sosialnya serta memberi perhatian pada pengalaman dan makna yang dikonstruksi oleh partisipan (Creswell & Poth, 2018; Hennink et al., 2020). Meskipun penelitian ini berfokus pada satu komunitas gerejawi lokal, orientasi analisis tidak diarahkan pada generalisasi statistik, tetapi pada pemahaman kontekstual mengenai dinamika keterlibatan OMK dalam lingkungan katekese digital. Secara khusus, analisis diarahkan untuk mengidentifikasi bagaimana kedekatan OMK dengan media digital berhubungan dengan pengalaman katekese serta kondisi yang memungkinkan keterlibatan mereka berkembang dari penerimaan pasif menuju partisipasi yang lebih aktif. Lokasi penelitian dipilih karena kehidupan OMK di komunitas tersebut memperlihatkan perjumpaan antara penggunaan media digital dalam kehidupan sehari-hari dan kebutuhan pengembangan pembinaan iman yang relevan dengan budaya digital.

Data penelitian diperoleh dari 10 narasumber OMK yang memiliki pengalaman dan keterlibatan dengan kegiatan katekese digital di Stasi Mesi. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dan observasi terhadap OMK serta pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan katekese digital, sedangkan data sekunder berasal dari dokumen dan literatur yang relevan dengan fokus penelitian. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman, pandangan, minat, serta kendala yang berkaitan dengan keterlibatan OMK dalam katekese digital, sementara observasi diarahkan pada bentuk keterlibatan mereka selama kegiatan berlangsung. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi serta mengontekstualisasikan data wawancara dan observasi. Penggunaan beberapa teknik pengumpulan data memungkinkan fenomena keterlibatan digital dipahami dari lebih dari satu sumber informasi dan memberikan dasar yang lebih memadai bagi interpretasi kontekstual (Creswell & Poth, 2018; Hennink et al., 2020).

Analisis dilakukan secara bertahap melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sesuai prosedur analisis yang digunakan dalam penelitian. Dalam artikel ini, data yang telah terkumpul diorganisasikan berdasarkan pola-pola pengalaman yang berkaitan dengan keterlibatan OMK dalam katekese digital. Analisis memberi perhatian khusus pada kecenderungan konsumsi media, relevansi materi dengan pengalaman hidup, bentuk interaksi selama katekese, dukungan relasional dan teman sebaya, kreativitas metode, serta kemungkinan berkembangnya keterlibatan aktif. Proses interpretasi dilakukan dengan membaca hubungan antarkategori tersebut, bukan sebagai faktor yang berdiri sendiri, tetapi sebagai dinamika yang dapat menjelaskan pergerakan dari digital consumption, experiential relevance, faith interaction, communal participation, hingga creative engagement. Pendekatan semacam ini memungkinkan analisis kualitatif bergerak melampaui deskripsi data menuju identifikasi pola dan pemaknaan konseptual, dengan tetap menjaga keterkaitannya dengan pengalaman empiris partisipan (Braun & Clarke, 2021; Kiger & Varpio, 2020).

Interpretasi akhir dilakukan melalui dialog antara kategori empiris dan konsep agensi kateketis digital (*digital catechetical agency*) yang dikembangkan dalam kerangka teoretis penelitian. Konsep tersebut tidak diperlakukan sebagai kategori yang dipaksakan untuk membuktikan bahwa OMK telah menjadi kreator iman, tetapi sebagai lensa analitis untuk

menilai sejauh mana data memperlihatkan tanda-tanda pergeseran dari konsumsi pasif menuju keterlibatan, interaksi, dan agensi yang sedang bertumbuh. Pendekatan ini penting karena data tidak menunjukkan bahwa seluruh OMK telah mencapai tingkat agensi digital yang sama; sebaliknya, pengalaman mereka memperlihatkan variasi antara penerimaan pasif, ketertarikan, interaksi, dan keterlibatan yang lebih aktif. Karena itu, istilah emerging catechetical agency digunakan secara analitis untuk menggambarkan potensi agensi yang mulai terlihat melalui relevansi pengalaman, interaktivitas, dukungan komunitas, dan keterlibatan kreatif. Dengan strategi tersebut, analisis tetap berakar pada data sekaligus memungkinkan pembangunan interpretasi konseptual yang menjawab tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis menunjukkan bahwa keterlibatan OMK dalam katekese digital tidak berlangsung secara linear. Kedekatan mereka dengan media digital belum selalu menghasilkan keterlibatan kateketis yang aktif. Namun, data juga memperlihatkan kondisi-kondisi tertentu yang mendorong pergerakan dari konsumsi pasif menuju keterlibatan yang lebih partisipatif. Lima tema yang muncul ialah konsumsi digital yang masih dominan, relevansi pengalaman sebagai pintu keterlibatan, interaktivitas sebagai penggerak partisipasi, dukungan relasional sebagai penguat keterlibatan, dan munculnya tanda-tanda agensi kateketis digital.

Aktif secara Digital, tetapi Pasif dalam Katekese

Temuan pertama memperlihatkan paradoks antara kedekatan OMK dengan media digital dan keterlibatan mereka dalam katekese. Media digital telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, tetapi penggunaannya lebih banyak diarahkan pada hiburan, media sosial, video, dan permainan daring. Dalam kegiatan katekese sendiri, keterlibatan belum optimal; sebagian peserta hadir tetapi cenderung mendengarkan materi tanpa terlibat dalam diskusi atau tanya jawab. Observasi juga menunjukkan bahwa kegiatan katekese digital belum berlangsung secara rutin, pendampingan masih terbatas, dan keterbatasan fasilitas serta jaringan internet ikut memengaruhi keterlibatan peserta.

Temuan ini memperlihatkan dua bentuk kehadiran digital yang berbeda: kehadiran sebagai pengguna media dan keterlibatan sebagai peserta katekese. OMK dapat cukup familiar dengan teknologi tanpa secara otomatis menjadi aktif dalam pembinaan iman digital. Karena itu, kedekatan teknologis merupakan kondisi yang memungkinkan katekese digital, tetapi belum dengan sendirinya menghasilkan partisipasi kateketis.

Pengalaman Hidup Membuka Pintu Keterlibatan

Keterlibatan mulai berubah ketika isi katekese berhubungan dengan kehidupan konkret kaum muda. Salah seorang informan menekankan bahwa materi yang tidak sesuai dengan kebutuhan dan pengalaman OMK membuat mereka sulit tertarik, sedangkan materi yang dikaitkan dengan pengalaman sehari-hari dapat meningkatkan minat. Kemampuan menggunakan teknologi juga memengaruhi keterlibatan; tidak semua OMK merasa cukup terbiasa menggunakan aplikasi digital untuk kegiatan katekese sehingga sebagian mengalami kesulitan atau kurang percaya diri.

Data tersebut menunjukkan bahwa akses teknologi saja tidak cukup. Relevansi pengalaman menjadi jembatan penting antara materi iman dan keterlibatan peserta. Katekese menjadi lebih dekat ketika OMK dapat mengenali hubungan antara pesan yang diterima dan

realitas yang mereka jalani. Dalam dinamika ini mulai terlihat pergerakan dari sekadar menerima informasi menuju keterlibatan personal: *digital consumption → experiential relevance → interest.*

Interaktivitas Mengubah Pendengar Menjadi Partisipan

Tema ketiga berkaitan dengan cara katekese dikomunikasikan. Informan menilai bahwa katekese digital memiliki daya tarik ketika memungkinkan komunikasi dua arah dan memanfaatkan variasi media seperti video, gambar, audio, dan konten media sosial. Platform yang sudah familiar—seperti WhatsApp, Instagram, TikTok, dan YouTube—juga dipandang mempermudah akses terhadap pesan iman. Namun, data sekaligus menegaskan pentingnya pendampingan agar penggunaan media tidak berhenti pada penerimaan pengetahuan, tetapi berhubungan dengan pembentukan iman dalam kehidupan sehari-hari.

Pola serupa terlihat ketika OMK menunjukkan antusiasme lebih besar terhadap video rohani, lagu rohani, dan diskusi interaktif. Sebaliknya, penyampaian yang monoton dan kurang memberikan ruang keterlibatan membuat kegiatan kurang menarik. Dengan demikian, interaktivitas menjadi titik penting dalam perubahan posisi peserta. Ketika tersedia kesempatan untuk merespons dan berdialog, OMK tidak hanya ditempatkan sebagai pendengar, tetapi memperoleh ruang untuk mengambil bagian dalam proses katekese.

Dukungan Sebaya Menguatkan Keterlibatan

Partisipasi OMK juga memiliki dimensi relasional. Informan mengungkapkan bahwa dukungan teman dan kelompok kecil dapat meningkatkan motivasi untuk mengikuti kegiatan. Ketika teman-teman terlibat bersama, OMK cenderung lebih terdorong untuk mempertahankan partisipasinya. Variasi metode—termasuk video, diskusi kelompok, dan aktivitas interaktif—semakin memperkuat kondisi tersebut.

Temuan ini menunjukkan bahwa keterlibatan dalam katekese digital tidak semata-mata merupakan keputusan individual. Relasi dengan teman sebaya menyediakan dukungan sosial yang membantu mempertahankan minat dan keterlibatan. Dengan demikian, dinamika yang muncul tidak hanya bergerak dari relevansi menuju interaksi, tetapi juga menuju dimensi komunal: *experiential relevance → interaction → communal participation*.

Agensi Kateketis yang Sedang Bertumbuh

Keseluruhan data belum menunjukkan bahwa OMK di Stasi Mesi telah secara konsisten memproduksi konten iman, memimpin katekese digital, atau menjadi kreator pesan religius. Karena itu, temuan penelitian tidak cukup untuk menyatakan bahwa agensi kateketis digital telah terbentuk sepenuhnya. Yang terlihat adalah kondisi awal dan tanda-tanda agensi yang sedang bertumbuh. OMK menunjukkan keterbukaan yang lebih besar ketika katekese berkaitan dengan pengalaman hidup, menggunakan media yang familiar, menyediakan komunikasi dua arah, menghadirkan bentuk-bentuk kreatif, dan didukung oleh kelompok sebaya.

Temuan tersebut memperlihatkan sebuah lintasan empiris: *digital consumption → experiential relevance → faith interaction → communal participation → creative engagement → emerging catechetical agency.* Tahapan ini bukan kategori perkembangan yang kaku dan tidak berarti bahwa setiap OMK bergerak melalui urutan yang sama. Ia menggambarkan pola yang tampak dari hubungan antartemuan: kedekatan dengan teknologi menyediakan ruang, relevansi pengalaman membangkitkan minat, interaktivitas membuka partisipasi, dan dukungan relasional memperkuat keterlibatan. Pada tahap penelitian ini, karena itu, istilah

"dari konsumen menuju kreator iman" lebih tepat dipahami sebagai arah transformasi yang sedang terbuka daripada kondisi yang telah sepenuhnya tercapai. Justru jarak antara potensi dan aktualisasi tersebut menjadi temuan penting untuk memahami bagaimana agensi kateketis digital OMK dapat dikembangkan.

Familiaritas Digital Tidak Identik dengan Agensi Iman

Temuan penelitian memperlihatkan paradoks antara tingginya familiaritas OMK dengan media digital dan relatif rendahnya keterlibatan aktif dalam katekese digital. Kedekatan dengan WhatsApp, Instagram, TikTok, YouTube, dan media lainnya belum dengan sendirinya menjadikan kaum muda subjek aktif dalam pembentukan iman. Kondisi ini sejalan dengan kajian digital religion yang menunjukkan bahwa penggunaan teknologi perlu dipahami dalam hubungan dengan praktik sosial, identitas, komunitas, dan kehidupan sehari-hari, bukan sekadar intensitas akses media (Evolvi, 2022; Golan, 2023). Penelitian tentang kaum muda beragama juga memperlihatkan bahwa aktivitas digital dapat berhubungan dengan identitas dan religious belonging, tetapi kualitas keterlibatan tersebut dipengaruhi oleh bentuk interaksi dan jejaring religius yang terbentuk (Deroo & Mohamud, 2022; Zeiler et al., 2022). Pada konteks Katolik, Santos dan Franca (2025) juga memperlihatkan bahwa praktik religius digital kaum muda berkaitan dengan pengalaman spiritual dan komunitas. Dengan demikian, digital familiarity menyediakan kemungkinan bagi agensi, tetapi tidak identik dengan agensi itu sendiri.

Distingsi tersebut menjelaskan kondisi OMK di Stasi Mesi. Media digital telah akrab dengan kehidupan mereka, tetapi penggunaannya masih banyak diarahkan pada hiburan, sementara dalam katekese sebagian peserta cenderung menjadi pendengar dan belum aktif berdiskusi atau bertanya. Sebaliknya, ketertarikan meningkat ketika kegiatan menghadirkan video, lagu, diskusi, dan bentuk komunikasi yang lebih interaktif. Temuan ini menguatkan peringatan Directory for Catechesis bahwa budaya digital membawa perubahan pada bahasa, identitas, relasi, dan proses pembentukan manusia sehingga respons kateketis tidak cukup berupa penggunaan teknologi baru (PCPNE, 2020). Dalam konteks Indonesia pun keterlibatan religius melalui media sosial memperlihatkan hubungan antara teknologi, identitas, dan kehidupan komunitas (Prasojo et al., 2020; Triawan & Wijaya, 2021). Karena itu, ukuran keberhasilan katekese digital perlu bergerak dari akses dan kehadiran menuju kemampuan kaum muda untuk memaknai, merespons, berinteraksi, dan mengambil peran dalam komunikasi iman.

Dari Transmisi Menuju Partisipasi: Relevansi dan Interaktivitas sebagai Jembatan

Temuan mengenai relevansi pengalaman dan interaktivitas memperlihatkan mekanisme yang memungkinkan pergeseran dari konsumsi menuju partisipasi. OMK menunjukkan ketertarikan yang lebih besar ketika materi berhubungan dengan pengalaman sehari-hari dan disampaikan melalui video, gambar, audio, diskusi, serta komunikasi dua arah. Sebaliknya, materi yang kurang relevan dan metode yang monoton cenderung melemahkan keterlibatan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa teknologi memperoleh nilai kateketis bukan karena kebaruannya, tetapi karena kemampuannya memfasilitasi perjumpaan antara pesan iman dan pengalaman peserta. Hal ini sejalan dengan Mazur (2021) yang menempatkan katekese dalam budaya digital di tengah perubahan bahasa, pola komunikasi, dan proses pembentukan manusia, serta Sultana (2021) yang menekankan orientasi kerigmatis dan pastoral dari

pembaruan katekese.

Implikasinya adalah bahwa digitalisasi tidak identik dengan transformasi kateketis. Penyampaian satu arah tetap bersifat transmisif meskipun dilakukan melalui platform digital. Katekese menjadi partisipatif ketika peserta memperoleh ruang untuk membawa pengalaman, mengajukan pertanyaan, berdialog, menafsirkan pesan iman, dan memberikan respons. Perspektif tersebut sejalan dengan Directory for Catechesis, yang memahami katekese sebagai proses kompleks yang melibatkan pewartaan, pendampingan, pendidikan, pembentukan, perayaan, dan interpretasi kehidupan (PCPNE, 2020, no. 55). Kajian Indonesia mengenai katekese digital juga menegaskan perlunya menghubungkan teknologi dengan pedagogi, komunitas, dan pembentukan iman agar ruang digital tidak berhenti sebagai saluran distribusi materi (Habur, 2025). Dengan demikian, pola empiris Stasi Mesi dapat dibaca sebagai pergerakan *content transmission → experiential relevance → interaction → participation*. Pergeseran tersebut merupakan jembatan pertama menuju agensi karena kaum muda mulai diposisikan bukan sebagai objek penerima, melainkan sebagai peserta dalam proses pemaknaan iman.

Agensi Kateketis sebagai Proses Relasional dan Komunal

Temuan selanjutnya menunjukkan bahwa keterlibatan OMK tidak semata-mata ditentukan oleh motivasi individual. Dukungan teman sebaya dan kelompok kecil dapat meningkatkan keinginan untuk terlibat, sedangkan aktivitas interaktif memperkuat pengalaman kebersamaan. Temuan ini memperlihatkan bahwa agensi kateketis memiliki karakter relasional: kapasitas untuk mengambil bagian tumbuh ketika seseorang berada dalam lingkungan yang memberi dukungan, kesempatan berbicara, dan rasa memiliki. Zeiler et al. (2022) menunjukkan bahwa praktik keagamaan kaum muda di Instagram dapat berhubungan dengan penguatan religious belonging, sedangkan Santos dan Franca (2025) memperlihatkan keterkaitan praktik religius digital kaum muda Katolik dengan kehidupan spiritual dan komunitas. Dengan demikian, agensi tidak dapat direduksi menjadi kompetensi teknis atau keputusan personal; ia berkembang melalui interaksi antara individu, relasi sosial, lingkungan digital, dan komunitas religius.

Perspektif tersebut memiliki konsekuensi eklesiologis bagi katekese digital. Komunitas iman bukan sekadar latar bagi aktivitas digital, tetapi lingkungan tempat iman diterima, ditafsirkan, dibagikan, dan dihidupi. *Directory for Catechesis* menegaskan pentingnya komunitas Kristiani dalam proses katekese, sementara refleksi mengenai digital ecclesia menempatkan tindakan mendengarkan dan komunikasi dua arah sebagai unsur penting kehidupan Gereja yang sinodal dalam ruang digital (Angga & Firmanto, 2023) dan (PCPNE, 2020; Habur & Gaol, 2026). Data Stasi Mesi mengenai dukungan teman sebaya dan kebutuhan akan pendampingan memperlihatkan pentingnya ekosistem yang mempertemukan OMK, teman sebaya, pendamping, komunitas Gereja, pengalaman hidup, dan media digital. Berdasarkan hubungan tersebut, agensi kateketis digital dapat dipahami melalui tiga unsur yang saling terkait: personal engagement + relational participation + ecclesial accompaniment. Rumusan ini menegaskan bahwa agensi iman bukan individualisme digital, melainkan kapasitas personal yang bertumbuh dalam relasi dan persekutuan.

Dari Konsumen Menuju Kreator Iman: Model Agensi Kateketis Digital

Sintesis temuan menunjukkan bahwa pergerakan dari konsumen menuju subjek aktif berlangsung melalui beberapa kondisi yang saling memperkuat. Familiaritas digital menyediakan titik awal; relevansi pengalaman membangkitkan ketertarikan; interaktivitas membuka ruang respons; dan dukungan sebaya memperkuat partisipasi. Literatur mutakhir menunjukkan bahwa kaum muda di ruang digital tidak selalu berhenti sebagai konsumen, tetapi dapat menyeleksi, menafsirkan, mengekspresikan, dan mengedarkan makna religius (Limacher et al., 2025; Liu et al., 2025). Studi mengenai budaya religius digital kaum muda Indonesia juga memperlihatkan bahwa media digital dapat menyediakan ruang baru bagi partisipasi dan ekspresi religius (Nafisah et al., 2026). Perspektif ini membuka kemungkinan untuk memahami kaum muda bukan hanya sebagai target komunikasi keagamaan, melainkan sebagai aktor yang dapat mengambil bagian dalam pembentukan dan sirkulasi makna iman.

Namun, data Stasi Mesi belum menunjukkan bahwa OMK secara konsisten memproduksi konten iman, memimpin komunitas digital, atau menjadi kreator pesan religius. Karena itu, posisi empiris mereka lebih tepat disebut emerging catechetical agency daripada agensi yang telah berkembang sepenuhnya. Berdasarkan hubungan antartemuan, penelitian ini mengusulkan model *Digital Catechetical Agency* (DCA): *digital consumption → experiential relevance → faith interaction → communal participation → creative engagement → emerging catechetical agency*. Model ini tidak dimaksudkan sebagai tahapan universal atau linear, tetapi sebagai kerangka interpretatif mengenai kondisi yang memungkinkan kaum muda bergerak dari penerimaan menuju keterlibatan yang semakin aktif. *Creative engagement* sendiri tidak harus langsung berarti produksi konten religius; dalam konteks data penelitian ini, ia terutama menunjuk pada terbukanya ruang bagi respons, dialog, ekspresi, dan partisipasi yang dapat menjadi dasar bagi kreativitas kateketis lebih lanjut.

Kontribusi konseptual model DCA terletak pada pergeseran ukuran keberhasilan katekese digital dari berapa banyak kaum muda yang dijangkau menuju sejauh mana kaum muda memperoleh kapasitas dan ruang untuk menjadi subjek komunikasi iman. Perspektif ini memperluas partisipasi menuju agensi sekaligus mempertahankan karakter eklesial katekese: kaum muda dibentuk bukan hanya untuk menerima pesan, tetapi untuk menghubungkan iman dengan pengalaman, berdialog, berpartisipasi dalam komunitas, dan secara bertahap mengomunikasikan iman kepada orang lain (Habur, 2025; PCPNE, 2020; Sultana, 2021). Dalam pengertian inilah metafora "dari konsumen menuju kreator iman" memperoleh makna akademiknya. Ia bukan klaim bahwa OMK Stasi Mesi telah menjadi produsen konten religius, tetapi menunjuk pada arah transformasi *receiving → interpreting → interacting → participating → expressing → witnessing*. Katekese digital dengan demikian tidak cukup membawa pesan iman ke ruang digital; ia perlu membentuk kaum muda yang semakin mampu menghidupi, memaknai, dan mengomunikasikan iman secara reflektif, relasional, dan kreatif di dalam budaya digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kedekatan Orang Muda Katolik dengan teknologi digital tidak secara otomatis menghasilkan keterlibatan aktif dalam katekese digital. Familiaritas dengan media sosial dan berbagai platform digital menyediakan ruang potensial

bagi pembinaan iman, tetapi keterlibatan kateketis berkembang ketika pesan iman memiliki relevansi dengan pengalaman hidup, proses komunikasi berlangsung interaktif, dan partisipasi memperoleh dukungan relasional dari teman sebaya serta komunitas. Dengan demikian, persoalan utama katekese digital bukan semata-mata bagaimana memperluas penggunaan teknologi dalam pewartaan, melainkan bagaimana mengubah ruang digital menjadi lingkungan pembentukan iman yang memungkinkan kaum muda bergerak dari penerima informasi menuju peserta yang semakin aktif. Temuan ini menegaskan bahwa transformasi digital katekese pada dasarnya merupakan transformasi relasional, partisipatif, dan kateketis, bukan sekadar perubahan medium komunikasi.

Kontribusi utama penelitian ini terletak pada konsep agensi kateketis digital (*digital catechetical agency*), yang menggambarkan kapasitas kaum muda untuk secara bertahap menerima secara kritis, menghubungkan pesan iman dengan pengalaman, berinteraksi, berpartisipasi dalam komunitas, serta mengambil peran yang semakin aktif dalam komunikasi iman. Berdasarkan temuan, dinamika tersebut dirumuskan melalui model *digital consumption → experiential relevance → faith interaction → communal participation → creative engagement → emerging catechetical agency*. Model ini tidak dimaksudkan sebagai tahapan universal atau linear, melainkan sebagai kerangka interpretatif untuk memahami kondisi-kondisi yang memungkinkan agensi kateketis bertumbuh. Karena data belum menunjukkan bahwa OMK secara konsisten telah menjadi produsen konten atau pemimpin komunikasi iman digital, istilah *emerging catechetical agency* menjadi penting: transformasi dari konsumen menuju kreator iman merupakan kemungkinan yang sedang berkembang, bukan kondisi yang telah sepenuhnya tercapai.

Atas dasar itu, komunitas Gereja direkomendasikan untuk mengembangkan katekese digital yang tidak berhenti pada penyediaan konten, tetapi memberikan ruang lebih besar bagi OMK untuk berdialog, merefleksikan pengalaman, berkolaborasi, dan secara bertahap mengambil tanggung jawab dalam komunikasi iman. Katekis dan pendamping OMK perlu mengembangkan metode yang kontekstual dan interaktif serta memanfaatkan relasi teman sebaya sebagai kekuatan pembentukan komunitas iman digital. Pada saat yang sama, penelitian lanjutan diperlukan untuk menguji dan memperdalam model *Digital Catechetical Agency* pada komunitas OMK yang lebih beragam, khususnya dengan meneliti kaum muda yang telah terlibat dalam penciptaan konten, pengelolaan komunitas, dan pewartaan digital. Dengan demikian, pengembangan katekese digital dapat bergerak dari orientasi menjangkau kaum muda melalui media digital menuju pemberdayaan kaum muda sebagai subjek, komunikator, dan kreator iman dalam kehidupan Gereja di tengah budaya digital.

PENDANAAN

Penulis menyatakan bahwa tidak ada dukungan finansial yang diterima untuk pelaksanaan penelitian ini dan/atau penerbitan artikel ini.

KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis menyatakan bahwa penelitian ini dilakukan tanpa adanya hubungan komersial atau finansial yang dapat ditafsirkan sebagai potensi konflik kepentingan.

KONTRIBUSI PENULIS

Agustinus Manfred Habur: konseptualisasi penelitian, perancangan metodologi, pelaksanaan eksperimen, pengumpulan data, analisis data, penyusunan manuskrip, dan revisi manuskrip. Hilda Anggong dan Maksimilianus Jemali: supervisi penelitian, validasi hasil penelitian, pemberian masukan ilmiah, serta peninjauan dan revisi manuskrip. Seluruh penulis telah membaca dan menyetujui versi akhir manuskrip.

PERNYATAAN PENGGUNAAN KECERDASAN ARTIFISIAL GENERATIF

Penulis menyatakan bahwa kecerdasan artifisial (AI) generatif digunakan dalam penyusunan manuskrip ini. Penulis mengakui penggunaan AI generatif untuk membantu meningkatkan kejelasan bahasa dan memperbaiki struktur tata bahasa manuskrip. Penggunaan tersebut dilakukan dengan mematuhi pedoman etika yang berlaku mengenai penggunaan dan pengungkapan AI generatif dalam penelitian ilmiah. Setiap penulis telah memberikan kontribusi intelektual yang substansial terhadap karya ini. Seluruh isi manuskrip telah ditelaah secara cermat untuk memastikan keakuratannya, dan penulis bertanggung jawab sepenuhnya atas integritas serta isi akhir manuskrip

REFERENSI

Angga, S., & Firmanto, A. D. (2023). Digital ecclesia sebagai gereja sinodal yang mendengarkan. *Dunamis: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani*, *8*(1), 170–183.

Braun, V., & Clarke, V. (2021). Thematic analysis: A practical guide. SAGE Publications.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4th ed.). SAGE Publications.

Deroo, M. R., & Mohamud, I. (2022). "I would rather be informed than misinformed": Critical conversations supporting transnational religious identity across time and space. English Teaching: Practice & Critique, 21(3), 254–266. https://doi.org/10.1108/ETPC-08-2021-0105

Evolvi, G. (2022). Religion and the internet: Digital religion, (hyper)mediated spaces, and materiality. Zeitschrift für Religion, Gesellschaft und Politik, 6, 9–25. https://doi.org/10.1007/s41682-021-00087-9

Francis. (2019). Christus vivit: Post-synodal apostolic exhortation to young people and to the entire people of God. Libreria Editrice Vaticana.

Golan, O. (2023). Introduction: Digital youth and religion. Religions, 14(6), 704. https://doi.org/10.3390/rel14060704

Habur, A. M. (2025). Digital catechesis as cyber-theological practice: Model integration, semiotic capacity, and hybrid faith formation in post-pandemic Indonesia. Khazanah Theologia, 7(1). https://doi.org/10.15575/kt.v7i1.37622

Hennink, M., Hutter, I., & Bailey, A. (2020). Qualitative research methods (2nd ed.). SAGE Publications.

Kiger, M. E., & Varpio, L. (2020). Thematic analysis of qualitative data: AMEE Guide No. 131. Medical Teacher, 42(8), 846–854. https://doi.org/10.1080/0142159X.2020.1755030

Limacher, K., Mattes, A., & Novak, C. (2025). Curating religion online: Young users' everyday religious consumption and expression on social media. In Oxford intersections: Social media in society and culture. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/9780198945253.003.0041

Liu, Z., Ghouri, A. M., Wang, J., & Lin, C. (2025). Digital religion and Generation Z: An empirical study in the context of China. Frontiers in Psychology, 16, 1536644.

https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1536644

Mazur, R. (2021). Digital culture as the context of contemporary catechesis. Colloquia Theologica Ottoniana, 37, 149–167. https://doi.org/10.18276/cto.2021.37-09

Nafisah, K., Maksum, A., Kholifah, S., Prasetyo, B. D., & Muaddab, H. (2026). From stage to feed: Reconfiguring piety in Indonesia's digital Islamic youth culture. Journal of Media and Religion. Advance online publication. https://doi.org/10.1080/15348423.2026.2699084

Pontifical Council for the Promotion of the New Evangelization. (2020). Directory for catechesis. Catholic Truth Society.

Prasojo, Z. H., Masri, M. S. B. H., Fauzi, A., & Rahmiani, N. (2020). Religious identity in the use of social media within Pontianak Muslim community. KARSA: Journal of Social and Islamic Culture, 28(1), 32–56. https://doi.org/10.19105/karsa.v28i1.3284

Santos, C. A., & Franca, M. (2025). Young Portuguese Catholics and digital religious practices during lockdowns. Journal of Religion, Media and Digital Culture, 14(3), 411–429. https://doi.org/10.1163/21659214-bja10156

Sjö, S. (2025). Young adults, digital media, and religion: Broadening the scope. Journal for Religion, Film and Media, 11(1). https://doi.org/10.25364/05.11:2025.1.7

Sultana, C.-M. (2021). A pastoral reading of the Directory for Catechesis. Roczniki Teologiczne, 68(11), 43–56. https://doi.org/10.18290/rt216811-3

Triawan, H., & Wijaya, A. I. K. D. (2021). Pengaruh media sosial Instagram bagi keaktifan Orang Muda Katolik dalam hidup menggereja di Paroki Santo Paulus Bojonegoro. CREDENDUM: Jurnal Pendidikan Agama, 3(1). https://doi.org/10.34150/credendum.v3i1.859

Zeiler, X., Klinkenborg, S., & Stier, J. (2022). Religious "bubbles" in a superdiverse digital landscape? Research with religious youth on Instagram. Religions, 13(3), 213. https://doi.org/10.3390/rel13030213