



SEKOLAH TINGGI TEOLOGI AMANAT AGUNG

TINJAUAN ETIS-TEOLOGIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI EKSPRESI  
IDENTITAS KAUM MILENIAL KRISTEN

SKRIPSI

Diajukan Kepada  
Sekolah Tinggi Teologi Amanat Agung  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Teologi

Oleh  
Esther Karolina Taurusli  
NIM: 1011812188

Jakarta  
2022

LEMBAR PENGESAHAN

SEKOLAH TINGGI TEOLOGI AMANAT AGUNG

JAKARTA

Ketua Sekolah Tinggi Teologi Amanat Agung mengesahkan skripsi TINJAUAN ETIS-TEOLOGIS PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI EKSPRESI IDENTITAS KAUM MILENIAL KRISTEN, yang telah diuji dan dinyatakan lulus oleh Tim Dosen Penguji pada tanggal 3 Agustus 2022

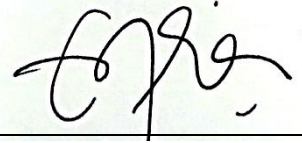
Dosen Penguji

Tanda Tangan

1. Jonly Joihin, S.H., Ph.D.  
NIDN: 2306077201



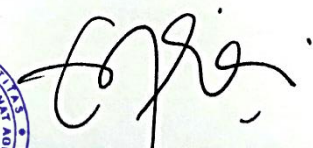
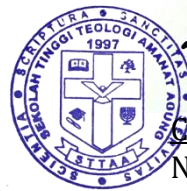
2. Casthelia Kartika, D.Th.  
NIDN: 2323057301



3. Hendro, S.Kom., M.Th.  
NIDN: 2326017501



Jakarta, 23 Agustus 2022  
Ketua



Casthelia Kartika, D.Th.  
NIDN: 2323057301

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul TINJAUAN ETIS-TEOLOGIS PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA SEBAGAI EKSPRESI IDENTITAS KAUM MILENIAL KRISTEN, sepenuhnya adalah hasil karya tulis saya sendiri dan bebas dari plagiarisme.

Jika di kemudian hari terbukti bahwa saya telah melakukan tindakan plagiarisme dalam penulisan skripsi ini, saya akan bertanggung jawab dan siap menerima sanksi apapun yang dijatuhkan Sekolah Tinggi Teologi Amanat Agung.

Jakarta, 23 Agustus 2022



Esther Karolina Taurusli  
NIM: 1011812188

## ABSTRAK

SEKOLAH TINGGI TEOLOGI AMANAT AGUNG

JAKARTA

- (A) Esther Karolina Taurusli (1011812188)
- (B) KAJIAN ETIS-TEOLOGIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI EKSPRESI IDENTITAS KAUM MILENIAL KRISTEN
- (C) Vii+ 92; 2022
- (D) Program Studi Teologi/Kependetaan
- (E) Skripsi ini meneliti mengenai bagaimana seharusnya orang percaya menggunakan media sosial untuk mengekspresikan identitasnya sebagai *Imago Dei* (gambar dan rupa Allah). Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, di mana penulis akan memadukan data-data dan sumber-sumber literatur untuk menganalisis fenomena. Media sosial *Instagram* adalah teknologi yang dipakai oleh kebanyakan orang untuk mengekspresikan identitasnya. Namun, fenomena-fenomena yang terjadi dalam penggunaan *Instagram*, seperti *hate speech*, *Fear of Missing Out* (FOMO), dan *impostor syndrom* menyimpan dampak yang dapat mendistraksi kaum milenial Kristen untuk mengekspresikan identitasnya sebagai *Imago Dei*. Oleh sebab itu, diperlukan tinjauan etis-teologis yang dapat menjadi acuan bagi kaum milenial Kristen untuk menggunakan media sosial *Instagram* dalam rangka mengekspresikan identitasnya sebagai *Imago Dei*. Sikap-sikap yang disajikan penulis adalah kaum milenial Kristen dapat menggunakan media sosial dengan berhati-hati dalam perkataan dalam bentuk *caption* atau pun komentar di *Instagram*. Kaum milenial Kristen juga dapat terus mengingat bahwa manusia diciptakan *Imago Dei* dengan tujuan untuk memuliakan dan menikmati Allah, memberikan batasan-batasan waktu dalam menggunakan media sosial, bijak dalam memilih konten yang dilihatnya agar tidak terjebak dalam fenomena FOMO dan *impostor syndrome*.
- (F) BIBLIOGRAFI 70 (1987-2022)
- (G) Jonly Joihin, S.H., Ph.D.

## DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
DAFTAR ISI	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	v
BAB SATU: PENDAHULUAN	1
Latar Belakang Masalah	1
Rumusan Masalah	5
Tujuan Penulisan	6
Manfaat Penelitian	7
Pembatasan Penelitian	7
Metode Penulisan	8
Sistematika Penulisan	9
BAB DUA: MEDIA SOSIAL, TEORI IDENTITAS, DAN KAUM MILENIAL	10
Media Sosial	10
Definisi <i>Instagram</i>	17
Ekspresi Identitas dalam <i>Instagram</i>	19
Identitas Sosial	21
Kaum Milenial/Generasi Y	27
Kaitan <i>Instagram</i> , Identitas Sosial dan Kaum Milenial Kristen	29
Kesimpulan	31
BAB TIGA: IDENTITAS ORANG KRISTEN SEBAGAI <i>IMAGO DEI</i> DAN ETIKA KRISTEN	33

Gambaran Umum Manusia	34
Identitas Orang Percaya Sebagai <i>Imago Dei</i>	38
Rusaknya <i>Imago Dei</i> dalam Diri Manusia	44
Restorasi <i>Imago Dei</i> dalam Diri Manusia	55
Kesimpulan	62
<b>BAB EMPAT: ETIKA DALAM PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI</b>	
<b>EKSPRESI IDENTITAS</b>	74
Etika Kristen	66
Kejatuhan Manusia dalam Dosa Membuat Berbagai	
Penyimpangan	69
Sikap Orang Percaya dalam Mengekspresikan Identitasnya	71
Etika Orang Percaya dalam Penggunaan <i>Instagram</i>	72
Fenomena <i>Hate Speech</i>	73
Fenomena <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO)	76
Fenomena <i>Impostor Syndrome</i>	79
Kesimpulan	82
<b>BAB LIMA: KESIMPULAN DAN SARAN</b>	84
Kesimpulan	84
Saran untuk Penelitian Selanjutnya	87
<b>BIBLIOGRAFI</b>	88