



Menyasar Peluang Pemberitaan Injil dalam Lintasan Arus Informasi di Media Sosial

Romelus Blegur

Sekolah Tinggi Teologi ATI Anjungan Pontianak

Email: romeblg085@gmail.com

Abstrak

Injil adalah berita keselamatan yang harus diberitakan dan semua orang percaya bertanggung jawab atas tugas tersebut. Untuk menjalankan peran tersebut media sosial adalah salah satu ruang yang tersedia serta peluang untuk memerankan tugas pemberitaan Injil. Tujuan penelitian ini adalah menyasar peluang pemberita Injil di tengah ruang bebas teknologi informasi yang terbuka lebar serta padat dengan lalu lintas informasi yang tidak terbandung. Ruang tersebut dengan sendirinya menjadi peluang sebab informasi yang disebar adalah hak pengguna media sosial. Meskipun bebas, namun tidak mudah untuk menarik pengunjung yang sedang mengalihkan perhatian pada ragam informasi menarik lainnya. Kenyataan ini dengan sendirinya memerlukan kreatifitas gereja dan orang percaya dalam mempresentasikan berita Injil melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa, media sosial adalah ruang bebas bagi para penggunanya untuk menyebarkan informasi yang mereka inginkan. Dalam ruang tersebut berita Injil mendapat peluang yang efektif, namun diperlukan kemasan yang menarik untuk dikunjungi oleh para penjelajah informasi di media sosial. Untuk menyikapinya, maka diperlukan Sumber Daya Manusia yang berkompetensi guna menjalankan perannya secara profesional dengan keahlian yang dimilikinya untuk mempresentasikan kemuliaan Allah secara kreatif bagi generasi masa kini.

Kata kunci: peluang, pemberitaan Injil, media sosial

Abstract

The Gospel is the news of salvation that must be preached and all believers are responsible for this task. To carry out this role, social media is one of the available spaces and opportunities to carry out the task of preaching the Gospel. The aim of this research is to target opportunities for preaching the Gospel in the midst of information technology-free spaces that are wide open and congested with unstoppable information traffic. This space itself becomes an opportunity because the information disseminated is the right of social media users. Even though it is free, it is not easy to attract visitors who are diverting their attention to various other interesting information. This reality naturally requires creativity from the church and believers in presenting the Gospel message through social media. This research uses library research methods. The results of this research are that social media is a free space for its users to spread the information they want. In this space, the Gospel message has the opportunity to be effective, but it needs attractive packaging to be visited by information explorers on social media. To respond to this, competent human resources are needed to carry out their roles professionally with the skills they have to present the glory of God creatively to the current generation.

Keywords: opportunity, preaching the Gospel, social media

PENDAHULUAN

Era digital merupakan suatu kenyataan yang diperhadapkan kepada manusia dan telah mempengaruhi aktivitas hidup manusia. Era ini mengindikasikan kemajuan manusia menuju kecanggihan teknologi yang dipergunakan untuk banyak hal, dan salah satunya adalah media sosial. Penggunaan media sosial merupakan aktivitas yang nampaknya tidak terpisahkan dari hidup manusia di era teknologi digital. Kenyataan tersebut memengaruhi semua kalangan dan sulit dibatasi.¹ Jumlah penggunaannya pun terus meningkat sejauh sarana teknologi dan internet dijangkau oleh masyarakat dunia pada umumnya dan Indonesia pada khususnya. Menurut data ditemukan bahwa penggunaan internet mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Terkait itu data statistik menunjukkan bahwa, pada tahun 2011 angka penggunaan mencapai 22%, ditahun selanjutnya mengalami peningkatan menjadi 43%.² Kemudian tahun 2018, penduduk Indonesia yang menggunakan internet mencapai 50% dengan berbagai pemanfaatannya.³

Perkembangan tersebut turut meningkatkan angka penggunaan media sosial secara signifikan. Hingga tahun 2020 angka penggunaan media sosial di Indonesia mencapai 59% yang terdiri dari penggunaan media facebook, TikTok, Instagram, Snapchat dan Likee. Peningkatan tersebut berkembang pesat pada masa pandemi covid-19 dan menjadi trend baru karena manusia didesak untuk berelasi secara *online*.⁴ Peningkatan angka penggunaan tersebut menunjukkan bahwa daya tarik media sosial sangat kuat. Meskipun demikian, penggunaan tersebut tidak sepenuhnya ditujukan kepada hal-hal yang baik atau positif saja, melainkan pengaruh negatifnya pun sangat kuat.

Secara positif, media sosial bermanfaat, misalnya mempermudah interaksi secara luas tanpa dibatasi jarak, bersamaan dengan itu media sosial pun memperluas pergaulan, mempercepat penyampaian informasi, lebih ekonomis.⁵ Dampak negatifnya adalah menyebabkan kecanduan internet, mudah terpengaruh hal-hal buruk yang tersebar secara bebas, masalah privasi mudah terekspos, serta tidak peduli terhadap orang disekitarnya,⁶ kejahatan di dunia maya, dan pornografi.⁷

Kenyataan-kenyataan tersebut tidak dapat dihindari sebab kini membentuk kebudayaan baru yang disebut sebagai budaya digital yang berupaya mendigitalisasi aktivitas-aktivitas manusia, khususnya melalui maraknya penggunaan media sosial dengan berbagai konsekuensinya. Meskipun tantangannya sangat besar, tetapi tidak menutup peluang terhadap aktivitas-aktivitas lain yang berguna bagi hidup manusia, khususnya aktivitas-aktivitas keagamaan.

¹ Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia," *Jurnal Publiciana* 9, no. 1 (2016): 140–57, doi:<https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>.

² Silvia Fardila Soliha, "Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial Dan Kecemasan Sosial," *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 1 (2015): 1–10, doi:<https://doi.org/10.14710/interaksi.4.1.1-10>.

³ Lucy Pujasari Supratman, "Penggunaan Media Sosial Oleh Digital Native," *Jurnal ILMU KOMUNIKASI* 15, no. 1 (2018): 47–60, doi:[10.24002/jik.v15i1.1243](https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1243).

⁴ Machyudin Agung Harahap and Susri Adeni, "Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia," *Jurnal Profesional FIS UNIVED* 7, no. 2 (2020): 13–23, <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/view/1273>.

⁵ Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia."

⁶ Ibid.

⁷ Winda Fronika, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap Remaja," *Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang*, 2019, 1–15, <https://osf.io/g8cv2/download>.

Sehubungan dengan itu, salah satu aktivitas yang memiliki peluang yang cukup efektif melalui media sosial adalah pemberitaan Injil. Di Tengah-tengah ancaman fisik yang cukup marak terhadap kekristenan dalam menjalankan tugas pemberita Injil, media sosial membuka peluang melalui dunia maya untuk menerobosi ancaman-ancaman fisik. Selain itu, terhadap kesulitan akses maupun jarak yang sulit ditempuh secara fisik pun media sosial dapat menerobosinya. Dalam hal inilah tampak bahwa pengaruh media sosial sangat signifikan sebagai media untuk menyampaikan berita Injil. Melalui media sosial, gereja dapat berkreasi dengan bebas, kreatif dan inovatif untuk menyebarkan berita Injil dalam konteks kekinian.

Banyak peneliti sebelumnya telah membahas pokok masalah serupa, seperti penelitian Patandean dan Krimadayanti, serta penelitian Rulian tentang komunikasi Injil melalui TikTok di era 5.0.⁸ Di pihak lain Camerling, Lauled, Eunike menyoroti misi melalui media digital di era revolusi industri 4.0 yang dipandang efektif.⁹ Penelitian-penelitian tersebut menyoroti legitimasi dan pengaruhnya dalam pemberitaan Injil, serta pentingnya kreatifitas dalam penggunaan media-media tersebut, namun segi tertentu yang kurang diperhatikan adalah pentingnya keterlibatan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkompeten. Penelitian yang bersinggungan dengan itu sudah dikemukakan juga oleh Purnomo dan Sanjaya, namun penekanan utamanya adalah pada kepemimpinan kaum muda yang tampak relevan dengan perkembangan zaman ini.¹⁰ Bersinggungan dengan itu penulis memandang perlu untuk menyoroti masalah yang serupa oleh karena cukup banyak konten-konten pemberitaan Injil di media sosial yang kurang diminati dan di *skip* karena kurang menarik. Penekanan penulis bukan pada kepemimpinan kaum muda sebagai wadah untuk berselancar di era ini, melainkan pemberdayaan tenaga profesional yang melek teknologi digital. Meskipun hal tersebut bukanlah tujuan utama, tetapi efektif sebagai penunjang untuk mempresentasikan kebenaran Allah. Terhadap pokok masalah itulah penelitian ini dilakukan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan yang menggunakan bahan-bahan Pustaka. Melalui metode ini peneliti berinteraksi dengan buku dan bahan pustaka lainnya.¹¹ Sehubungan dengan itu, maka selain buku cetak sebagai rujukan, penulis juga menggunakan sumber-sumber *online* berupa artikel jurnal ilmiah. Langkah pemilihan sumber-sumber tersebut adalah pemilihan topik penelitian, pengumpulan bahan-bahan pustaka yang relevan dengan topik yang diteliti. Terkait dengan masalah penelitian maka, bahan-bahan pustaka yang dipilih berkisar pada topik tentang media sosial dan pemberitaan Injil, maupun korelasi antara kedua topik tersebut.

⁸ Yohanes Enci Patandean and Krimadayanti, "Mengomunikasikan Injil Melalui Tiktok," *Jurnal Teologi Kontekstual Indonesia* 4, no. 2 (2023): 124–33, doi:<https://doi.org/10.46445/jtki.v4i2.658>; Garry Rulian, "Media Pemberitaan Injil Melalui Tiktok Era 5.0 Perspektif Guichun Di Jemaat Rantetallang," *Tepian: Jurnal Misiologi Dan Komunikasi Kristen* 3, no. 2 (2023): 79–94, doi:<https://doi.org/10.51667/tjmkk.v3i2.1536>.

⁹ Yosua Feliciano Camerling, Mershy Ch. Lauled, and Sarah Citra Eunike, "Gereja Bermisi Melalui Media Digital Di Era Revolusi Industri 4.0," *Visio Dei: Jurnal Teologi Kristen* 2, no. 1 (2020): 1–22, doi:[10.35909/visiodei.v2i1.68](https://doi.org/10.35909/visiodei.v2i1.68).

¹⁰ Aldrin Purnomo and Yudhy Sanjaya, "Tantangan Dan Strategi Gereja Menjalankan Misi Allah Dalam Menghadapi Penerapan Industri 4.0 Di Indonesia," *DIEGESIS: Jurnal Teologi Kharismatika* 3, no. 2 (2020): 91–106, doi:[10.53547/diegesis.v3i2.83](https://doi.org/10.53547/diegesis.v3i2.83).

¹¹ Amir Hamzah, *Metode Penelitian Kepustakaan (Library Research): Kajian Filosofis, Teoritis Dan Aplikasi Proses Dan Hasil*, ed. Indi Vidyafi, 1st ed. (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2022), 7.

Berdasarkan pemilihan atas sumber-sumber tersebut, maka beberapa pokok yang menjadi sorotan dalam pembahasan penelitian ini adalah: *Pertama*, media sosial dan jangkauannya; *Kedua*, pemberitaan Injil dan urgensitasnya; *Ketiga*, peluang pemberitaan Injil melalui media sosial. Uraian dalam pokok-pokok tersebut kemudian ditanggapi secara teologis berkenaan dengan cukup ramainya kontroversial terkait penggunaan media sosial dalam pelayanan Kristen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Sosial dan Jangkauannya

Media sosial adalah media *online* yang memungkinkan manusia berjejaring secara virtual, dan memiliki kekuatan sosial dengan pengaruh yang besar pada opini publik.¹² Dengan kecanggihannya, media sosial menjadi sarana komunikasi yang tidak terbandung di berbagai arena dan lingkup kehidupan manusia. Melalui perangkat yang tersedia, media sosial membuka ruang partisipasi yang sangat luas.¹³ Hal tersebut melampaui jangkauan fisik manusia.

Media sosial merupakan ruang yang sangat bebas karena konten yang bertebaran di dalamnya dihasilkan oleh pengguna dan tidak diatur oleh editor media. Artinya pengguna yang mengendalikan apa yang akan dipublikasikan melalui media tersebut. sebagai *platform* media, media sosial memfasilitasi pengguna untuk membuat halaman situs serta memuat apa pun yang mereka sukai atau inginkan.¹⁴ Media sosial membuka ruang bagi para pengguna untuk mengkreasi apa pun yang mereka inginkan untuk menarik pengunjung. Hal tersebut tampak melalui munculnya berbagai situs pribadi maupun kolektif yang berhamparan di media sosial untuk menyebarkan berita, informasi, promosi dan lain-lain sesuai dengan keinginan para pengguna.

Hal tersebut sekaligus menunjukkan bahwa media sosial efektif untuk berbagai kepentingan. Karena itulah penggunaannya makin meningkat bahkan menempati posisi primer dalam kehidupan manusia di era digital.¹⁵ Selain keektifannya, posisi primer media sosial itu pun diisi oleh hal-hal negatif yang menarik dan menjebak para penggunaannya, misalnya hoax yang mengemuka diarena arus informasi di media sosial. Berkenaan dengan itu, tampak bahwa selain menguntungkan, media sosial pun berpotensi membawa kerugian yang sulit dicegah.¹⁶

Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki jangkauan yang sangat luas melampaui batasan ruang dan waktu fisik manusia. Lintasannya tidak dapat dijeda oleh

¹² Errika Dwi Setya Watie, "Komunikasi Dan Media Sosial (Communications and Social Media)," *Jurnal The Messenger* 3, no. 1 (2011): 69–75, doi:10.26623/themessenger.v3i2.270.

¹³ A. Rafiq, "DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL SUATU MASYARAKAT," *Global Komunika* 1, no. 1 (2020): 18–29, doi:10.33822/gk.v3i1.1704.

¹⁴ Astri Clara Sari et al., "Komunikasi Dan Media Sosial," *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2018): 69, <https://www.researchgate.net/publication/329998890>.

¹⁵ Rumondang Lumban Gaol and Resmi Hutasoit, "Media Sosial Sebagai Ruang Sakral: Gereja Yang Bertransformasi Bagi Perkembangan Spiritualitas Generasi Z Dalam Era Digital," *KENOSIS: Jurnal Kajian Teologi* 7, no. 1 (2021): 146–72, doi:10.37196/kenosis.v1i1.284.

¹⁶ Annisa Anastasia Salsabila, Dinie Anggraeni Dewi, and Rizky Saeful Hayat, "Pentingnya Literasi Di Era Digital Dalam Menghadapi Hoaks Di Media Sosial," *Inspirasi Dunia: Jurnal Riset Pendidikan Dan Bahasa* 3, no. 1 (2024): 45–54, doi:<https://doi.org/10.58192/insdun.v3i1.1775>.

kedua batasan tersebut, dan hal tersebut didukung juga dengan kebebasan penyebaran informasi oleh para pengguna tanpa kontrol dan tanpa batasan moral maupun etis. Dalam area ini, tantangan media sosial memang tidak dapat disangkal, tetapi peluang untuk mengisi dan menyebarkan hal-hal yang baik pun terbuka.

Untuk tujuan yang baik, ruang tersebut dapat menjadi media untuk melaksanakan pelayanan Kristen. Dalam kaitan dengan itu, maka tugas utama orang Kristen adalah pemberitaan Injil yang dapat juga diaktualisasikan melalui media sosial.

Pemberitaan Injil dan Urgensitasnya

Pentingnya pemberitaan Injil berakar pada substansi Injil yang adalah Kabar Baik tentang Allah yang akan datang untuk menghakimi dan menyelamatkan manusia.¹⁷ Hal serupa pun ditegaskan oleh *Amsterdam Declaration* dalam kaitan dengan rencana kekal Allah.¹⁸ Artinya bahwa Injil bukanlah alternatif kemudian yang dipilih oleh Allah untuk menanggapi kejatuhan manusia ke dalam dosa, sebaliknya secara kekal terikat pada rencana Allah. Menurut Dever, Injil merupakan pesan tentang Kabar Baik yang indah bagi orang percaya,¹⁹ yang dapat mengguncang dasar hati mereka yang mendengarnya serta mengubah hidup mereka.²⁰ Injil mengubah masalah manusia yang kompleks dan sulit diatasi. Mengenai itu, Pardede mencatat dalam bukunya *Injil dan Kebudayaan* mengenai 15 pokok masalah di mana Injil sebagai sumber rujukan dan penyelesaiannya, yaitu: kaum miskin, kesepian, kecanduan, pikiran yang cemar, keraguan iman, berkat dan kekayaan, kekosongan keluarga, dunia sekuler, dunia roh, kemiskinan, keindahan dan keburukan, kutukan masa lalu, tanda-tanda Ajaib, korban penindasan, dan kematian.²¹ Jangkauan injil yang sedemikian luas menunjukkan bahwa Injil adalah berita yang urgen bagi manusia, karena itu mesti diberitakan kepada manusia yang mutlak memerlukannya.

Pemberitaan Injil merupakan tugas gereja yang sangat mendasar, sebab untuk itulah gereja terpanggil sebagaimana yang terungkap dalam pokok pengakuan yang termaktub dalam Konsensus Injili.²² Tugas tersebut merupakan prioritas utama gereja dan mendesak, sebab Injil merupakan perhatian utama manusia untuk menerima Tuhan Yesus Kristus, Sang Juruselamat yang oleh-Nya manusia diselamatkan.²³ Hal tersebut menegaskan bahwa pemberitaan Injil merupakan tugas penting dan urgen, baik bagi pemberita maupun penerima Injil. Dalam hal ini, gereja sebagai agen pemberita Injil pun terlihat hidup jika ia

¹⁷ Christopher J. H. Wright, *Misi Umat Allah*, ed. Jonathan Lunde, 3rd ed. (Jakarta: Literatur Perkantas, 2020), 242.

¹⁸ J.I. Packer and Thomas C. Oden, *Satu Iman: Konsensus Injili*, 1st ed. (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2011), 26.

¹⁹ Mark Dever, *Sembilan Tanda Gereja Yang Sehat*, 1st ed. (Surabaya: Penerbit Momentum, 2010), 104.

²⁰ *Ibid.*, 110.

²¹ Jimmy Pardede, *Injil Dan Kebudayaan*, ed. Budiana Soendjojo and Sharon Nobel, 1st ed. (Surabaya: Penerbit Momentum, 2023).

²² Packer and Oden, *Satu Iman: Konsensus Injili*, 145.

²³ Stevri Indra Lumintang, *Misiologia Kontemporer: Menuju Rekonstruksi Theologia Misi Seutuhnya*, 2nd ed. (Batu: Departemen Multi-Media YPPH, 2009), 210.

melaksanakan tugas tersebut, demikian juga halnya manusia akan hidup karena menerima dan mempercayai Injil.²⁴

Pemberitaan Injil merupakan tugas yang penting sebab dunia telah jatuh ke dalam dosa dan tidak dapat memperoleh keselamatan melalui jalan manapun yang dapat diupayakan oleh manusia. Beriringan dengan itu, dosa telah mencemari seluruh isi dunia tanpa terkecuali dan berdampak pada kematian kekal. Untuk membebaskan dunia dari cengkeraman dosa, maka satu-satunya jalan keselamatan adalah bergantung pada karya Allah sendiri, yaitu melalui Tuhan Yesus Kristus, Sang Juruselamat.²⁵ Kedua hal tersebut secara khusus hanya dapat ditemukan dalam catatan Injil, karena itulah Injil adalah Kabar Baik yang mesti diberitakan dan diperdengarkan. Injil adalah kabar keselamatan yang bersifat mutlak, berotoritas, eksklusif dan universal, serta tidak dapat disandingkan dengan kabar keselamatan lainnya, karena itu harus tetap diberitakan meskipun ada yang menolaknya.

Peluang Pemberitaan Injil Melalui Media Sosial

Bertolak dari urgennya pemberitaan Injil, maka bagaimana pun juga mesti direalisasikan menggunakan berbagai sarana dan daya yang memungkinkannya. Dalam kaitan itu, maka jelas bahwa media sosial dapat menjadi peluang. Peluang tersebut terbuka lebar sejauh yang dapat ditempuh oleh upaya pemberitaan Injil dari para pengguna Kristen. Keleluasaan dalam media sosial memberi ruang bagi penyebaran berita Injil sebagaimana halnya dengan informasi-informasi lainnya. Keleluasaan itu pun membuka ruang bagi lintasan berita Injil melampaui sekat-sekat ruang dan waktu manusia yang sering terhambat oleh alasan-alasan fisik. Peluang inilah yang mesti digunakan dengan sebaik-baiknya. Harus disadari bahwa dalam ruang virtual melalui keberagaman media sosial terdapat juga tanah-tanah yang subur untuk bertumbuhnya benih-benih Injil. Oleh karena itu sudah seharusnya berita Injil ditabur di sana.

Meskipun peluang tersebut luas, namun tantangannya pun tidak kecil sebab di dalamnya gereja didesak untuk berselancar dengan beragama kreatifitas pola informasi yang tersebar. Secara teologis orang percaya mungkin dapat berasumsi bahwa dalam pemberitaan Injil, kreativitas merupakan faktor-faktor sekunder. Meskipun demikian, gereja atau orang percaya tidak dapat menyangkali pengaruhnya, sebab Allah pun menghendaki figur-figur kreatif dalam menggunakan segala potensi dan daya yang ada padanya untuk mempresentasikan realitas bagi kemuliaan Allah.²⁶ Dalam Alkitab pun Allah sering menggunakan figur-figur dengan keahlian tertentu untuk mengaktualisasikan rencana-Nya, maka masa kini pun Allah berkenan kepada kreatifitas umat-Nya untuk melayani berita-Nya melalui pemberitaan Injil. Hal ini menjadi faktor pendukung yang penting sesuai dengan kebutuhan zaman.

Upaya-upaya yang dimaksud tidak bertujuan menggiring berita Injil masuk dalam tandingan dengan kreatifitas-kreatifitas lainnya, melainkan sebagai upaya mempersembahkan

²⁴ Daud Alfons Pandie and Nidia Lina Ardel, "Urgensi Penginjilan Sebagai Tanggung Jawab Gereja," *APOLONIUS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen* 1, no. 1 (2020): 1–10, <http://jurnal.stakam.ac.id/index.php/apolonius/article/view/7>.

²⁵ Kalis Stevanus, "Karya Kristus Sebagai Dasar Penginjilan Di Dunia Non-Kristen," *Fidei: Jurnal Teologi Sistematika Dan Praktika* 3, no. 1 (2020): 1–19, doi:10.34081/fidei.v3i1.119.

²⁶ Darrell L. Bock and Jonathan J. Armstrong, *Virtual Reality Church: Perangkat Dan Peluang*, 1st ed. (Jakarta: Literatur Perkantas, 2021), 191.

karunia yang Tuhan berikan secara maksimal untuk mempresentasikan kemuliaan Allah yang sebetulnya tidak terlukiskan. Bertalian dengan itu, menurut Purwoto dkk., gereja perlu mengembangkan karunia jemaat untuk melaksanakan Amanat Agung di era digital. Dalam kaitan itu adalah Sumber Daya Manusia yang mampu menguasai dan mengoperasikan media sosial berbasis digital.²⁷ Secara konkret, Sumber Daya yang dimaksud adalah tenaga-tenaga IT yang berkompeten menghadapi tantangan zaman yang serba kompetitif. Hal tersebut sebanding dengan pelatihan yang dilakukan terhadap agen-agen pemberita Injil secara konvensional. Jika secara konvensional gereja dan orang percaya memerlukan juga figur yang berkompetensi sebagai pemberita Injil, maka melalui ruang virtual pun persembahan diri yang serupa pun diperlukan.

Terkait itu, beberapa media sosial yang tampak digemari sebagai tempat untuk mengkreasi pesan-pesan Injil adalah *Youtube, TikTok, Facebook, Instagram, WhatsApp* dapat menjadi sarana yang efektif. Penggunaan media-media tersebut pun tidak mudah untuk menarik pengunjung sebab banyak konten rohani yang akhir-akhir ini sepi pengunjung karena tidak dikelola secara profesional. Jika ruang tersebut, terbuka lebar maka gereja dan orang percaya perlu menangkap peluang dan membayar harga dengan menyediakan sarana dan prasarana yang cukup, serta mempersembahkan keahlian sebagai *content creator* untuk menterjemahkan berita Injil ke dalam bahasa media yang menjadi corak era digital. Sebab bagaimana pun juga diperlukan kreativitas untuk menampilkan berita Injil dengan pola-pola yang menarik di media sosial. Hal tersebut terkonfirmasi juga melalui penelitian Rulian terkait pemberitaan Injil melalui TikTok.²⁸ Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Barus tentang bermarturia melalui Instagram dan WhatsApp pun menekankan efektivitas dan efisiensi kreativitas melalui penggunaan kedua media tersebut, sebab berpautan dengan corak era digital.²⁹

Dengan tidak mengabaikan kreasi masing-masing individu menurut kemampuannya, gereja dan orang percaya pun tidak boleh menurunkan kualitas pemberitaan Injil menghadapi kecanggihan zaman ini. Sebetulnya gereja memiliki sumber daya yang cukup untuk menyikapi pola pemberitaan Injil di zaman ini, hanya saja mereka belum berperan secara optimal oleh karena berbagai hambatan. Peluang inilah yang mesti disasar, agar gereja tidak kehilangan momentum pemberitaan Injil di tengah pusaran arus informasi yang sedang berlomba untuk menguasai dan menggaet para pengunjungnya.

Tanggapan Teologis

Meskipun media sosial menjadi peluang bagi pemberitaan Injil di era digital, tetapi juga menuai kontra karena alasan-alasan tertentu yang tidak dapat ditoleransi di ruang virtual. Meskipun demikian, kedua tegangan ini tidak dapat dikorbankan salah satunya untuk membiarkan salah satunya berlangsung tanpa Kontrol. Sebaliknya kedua tegangan tersebut

²⁷ Paulus Purwoto et al., "Aktualisasi Amanat Agung Di Era Masyarakat 5.0," *DUNAMIS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 6, no. 1 (October 31, 2021): 315–32, doi:10.30648/dun.v6i1.640.

²⁸ Rulian, "Media Pemberitaan Injil Melalui Tiktok Era 5.0 Perspektif Guichun Di Jemaat Rantetallang."

²⁹ Devi Afriani Barus, "Pengaruh Penggunaan Instagram Dan Whatsapp Terhadap Kreativitas Bermarturia Mahasiswa Prodi Teologi Iakn Tarutung Tahun 2019," *Areopagus: Jurnal Pendidikan Dan Teologi Kristen* 18, no. 2 (2020): 50–58, doi:10.46965/ja.v18i2.328.

perlu dibiarkan sebagai suatu paradoks untuk menjaga batas-batas yang wajar dalam melaksanakan tugas pemberitaan Injil.

Berkenaan dengan itu, menurut Himawan, penyiaran Injil dan pemberitaan Firman Allah melalui teknologi komunikasi tidak dapat dianggap tabuh, sebab gereja sendiri telah eksis di dalamnya dan secara efektif menjangkau banyak orang dalam lingkup yang luas.³⁰ Dengan demikian maka, secara teologis media sosial dapat menjadi saluran yang baik bagi pemberitaan Injil sejauh bersesuaian dengan maksud dan tujuan Injil.

Pada mulanya segala sesuatu bermula dari Allah sebagai Penciptanya, sehingga semua dapat bertujuan baik. Mengenai itu, secara teologis segala sesuatu dapat diperbolehkan sejauh tidak menyimpang dari kehendak Allah. Pada tataran itu, media sosial dapat menjadi sarana untuk mempresentasikan kemuliaan Allah di dalam Injil. Mengenai itu, Bock dan Armstrong mengemukakan bahwa realitas virtual dengan semua bentuk ekspresi kreatif, bisa memamerkan kemuliaan Allah.³¹ Fokus utamanya bukanlah sarana media sosial yang digunakan, tetapi secara substansial yang menjadi pokok perhatian utama adalah, bahwa melalui media itu pun kebenaran ditemukan lewat pemberitaan Injil.³²

Orang Kristen tidak boleh alergi dengan pemberitaan Injil melalui media sosial, sebab melalui itu pun Allah dapat dijumpai. Tidak ada satu ruang pun yang dapat menghempaskan manusia dari kemungkinan-kemungkinan untuk berjumpa dengan Allah. Allah ada Dimana-mana, bahkan dalam lintasan arus informasi media sosial, karena itu tidak mungkin kita menjauh dari Roh-Nya sebagaimana yang diungkapkan dalam Mazmur.³³ Artinya jika Allah menghendaki kebenaran-Nya diakses dan didengar melalui media sosial, maka tidak ada yang dapat membatasinya. Secara teologis, ruang-ruang itu pun adalah milik Allah sebab semua bentuk kreatifitas yang makin canggih dalam perkembangan peradaban manusia hanya mungkin karena Allah menciptakannya dari semula dengan segala potensialitasnya. Ini adalah kebenaran yang tidak dapat ditolak oleh berbagai sangkalan manusia apa pun bentuknya.

Berkenaan dengan itu, maka media sosial mesti diterima sebagai realitas baru yang dikreasi dari karunia yang Allah berikan bagi manusia, sehingga dapat digunakan sebagai media pemberitaan Injil secara leluasa. Untuk menjawab tantangan perkembangannya, maka gereja dan orang percaya harus mengoptimalkan kemampuannya untuk menggunakan sarana tersebut untuk kemuliaan Allah.

Meskipun demikian segi lain yang tidak boleh dilupakan, sebagaimana yang ditekankan di atas adalah tantangan teknologi digital yang dapat menjerumuskan manusia dalam kendalinya. Kekuatiran yang mengemuka adalah potensi keterjebakan manusia dalam sistem digital yang berpotensi mendehumanisasi manusia.³⁴ Jika hal ini tidak diantisipasi, maka dapat menggeser tujuan penginjilan dari maksud yang sebenarnya, bahwa gereja dan orang percaya akan bergantung pada kendali dan kerja mesin yang serba teknis, serta kehilangan keterlibatan emosi dalam melaksanakan tugas pemberitaan Injil. Memang sistem digital dapat bekerja secara teknis sesuai rencana, tetapi tanpa keterlibatan manusia secara

³⁰ Andreas Himawan, "Refleksi Teologis Terhadap Praktik Bergereja Secara Virtual," in *Kemanusiaan Masa Depan (Future Humanity)*, ed. Hendro, 1st ed. (Jakarta: Sekolah Tinggi Teologi Amanat Agung, 2022), 7.

³¹ Bock and Armstrong, *Virtual Reality Church: Perangkap Dan Peluang*, 188.

³² Ibid.

³³ Ibid., 187.

³⁴ Romelus Blegur, "Perspektif Teologis Tentang Makna ' Kehadiran ' Dalam Kultur Digital," *Studia Philosophica et Theologica* 22, no. 2 (2022): 246–61, doi:10.35312/spet.v22i2.454.

personal dengan penuh tanggung jawab melalui sarana-sarana digital, maka penginjilan hanyalah artifisial belaka tanpa kedalaman teologis sama sekali. Hal ini tentu saja tidak berkenan kepada Allah.

Sikap antisipasi inilah yang mesti tetap disadari sebagai sebuah paradoks bagi pemberitaan Injil di era digital untuk mengontrol manusia sebagai pengguna media sosial. Tujuannya agar gereja atau orang percaya sebagai pengguna tidak terjebak dalam sistem digital yang berpotensi mereduksi aktifitas pemberitaan Injil dari keterlibatan personal kepada kendali teknologi yang serba artifisial. Pada prinsipnya, meskipun media sosial efektif dan baik sebagai sarana pemberitaan Injil, tetapi keikutsertaan kesadaran dan keterlibatan manusia melalui media tersebut merupakan hal yang amat penting.³⁵ Mesti diingat bahwa, yang diperkenankan oleh Allah untuk terlibat dan melaksanakan tugas pemberitaan Injil adalah manusia dengan totalitas kesadaran sebagai murid Kristus,³⁶ bukan mesin yang dioperasikan tanpa kesadaran. Dengan demikian media sosial tetap menjadi sarana yang dikendalikan oleh manusia dengan penuh tanggung jawab terhadap berita Injil yang diproklamirkan bagi dunia.

Implikasi

Injil merupakan Kabar Baik bagi keselamatan manusia. Kabar tersebut berasal dari pernyataan Allah sendiri, sebab hanya Allah sajalah yang berotoritas atas keselamatan dunia. Otoritas Allah atas berita-Nya dengan sendirinya menegaskan bahwa, berita Injil tidak dapat disandingkan dengan apa pun juga. Oleh karena itulah Injil menjadi pokok iman Kristen yang didalamnya harapan akan keselamatan dunia yang berdosa dijanjikan dengan penuh kepastian. Prinsip inilah yang mendorong pentingnya pemberitaan Injil, sekaligus mendesak semua orang Kristen berperan serta di dalamnya sebagai saksi. Pola pemberitaan dapat disesuaikan dengan situasi zaman dan era digital membawa peluang yang lebar serta luas dengan munculnya berbagai corak media sosial yang dapat digunakan menjadi sarana pemberitaan.

Pada tataran praktis pemberitaan Injil melalui media sosial merupakan hal yang lumrah, sebab gereja sendiri telah menuai manfaat dari kegunaannya. Di tengah arus lalu lintas informasi dengan aneka ragam informasi yang menarik, gereja perlu juga mengambil peluang tersebut dengan kemasan Injil yang menarik sesuai dengan konteks zaman. Untuk menjawab tantangan tersebut, diperlukan Sumber Daya Manusia yang berkompotensi dengan kemampuan menggunakan perangkat media digital guna mengkreasi berita Injil secara kreatif bagi generasi masa kini. Gereja dan orang percaya mestinya tidak tertinggal dengan kemajuan zaman, sebaliknya harus mengoptimalkan karunia yang ada padanya untuk memberdayakan sarana-sarana media sosial yang tersedia untuk mempresentasikan kemuliaan Allah.

KESIMPULAN

Media sosial menjadi kebutuhan zaman ini dan mengikat selera para pengunjung di santerno dunia. Setiap hari media sosial pun dipadati dengan lalu lintas informasi yang nyaris tidak terbendung. Hal ini sekaligus menjadi peluang bagi orang percaya untuk menyebarkan

³⁵ Purnomo and Sanjaya, "Tantangan Dan Strategi Gereja Menjalankan Misi Allah Dalam Menghadapi Penerapan Industri 4.0 Di Indonesia."

³⁶ Romelus Blegur et al., "Mendidik Kesadaran Gereja Terhadap Tugas Misi Allah," *Makarios: Jurnal Teologi Kontekstual* 2, no. 2 (2022): 77–86, doi:<https://doi.org/10.52157/mak.v2i2.239>.

berita Injil dengan menggunakan sarana yang tersedia. Dari hasil penelitian yang diuraikan, tampak bahwa media sosial efektif bagi pemberitaan Injil, dan dengan keterbukaannya pada kebebasan pengguna menjadi ruang bebas bagi gereja dan semua orang percaya untuk berperan di dalamnya. Meskipun demikian, di tengah arus informasi yang serba kompetitif, ketersebaran informasi yang menarik tidak dapat dielakkan sebab para pengunjung hanya tertarik pada hal-hal yang tampak menarik bagi mereka.

Untuk menyikapi tantangan tersebut, maka diperlukan Sumber Daya Manusia yang berkompetensi untuk berperan di dalamnya. Dalam kaitan itu, gereja perlu memberi perhatian pada kebutuhan tersebut untuk menjawab tantangan dan peluang yang sedang terbuka lebar. Tujuannya agar Kabar Baik yang dipresentasikan melalui media sosial dapat dikunjungi oleh para pengguna media sosial yang hampir tidak terhitung banyaknya dan sedang menjelajahi berbagai berita dalam lintasan arus informasi. Secara teologis, media sosial dapat menjadi ruang bagi manusia untuk berjumpa dengan Allah, sebab Allah dapat ditemui di mana pun. Semua ruang di dunia ini adalah sepenuhnya milik Allah, termasuk ruang virtual. Disamping itu, gereja dan orang percaya pun tetap sadar akan bahaya dari jebakan teknologi digital melalui keikutsertaannya secara intens, agar realitas Injil tidak dikendalikan secara artifisial melainkan tetap eksis melalui tanggung jawab gereja dan orang percaya meskipun diperantarai oleh media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Barus, Devi Afriani. "Pengaruh Penggunaan Instagram Dan Whatsapp Terhadap Kreativitas Bermarturia Mahasiswa Prodi Teologi Iakn Tarutung Tahun 2019." *Areopagus: Jurnal Pendidikan Dan Teologi Kristen* 18, no. 2 (2020): 50–58. doi:10.46965/ja.v18i2.328.
- Blegur, Romelus. "Perspektif Teologis Tentang Makna ' Kehadiran ' Dalam Kultur Digital." *Studia Philosophica et Theologica* 22, no. 2 (2022): 246–61. doi:10.35312/spet.v22i2.454.
- Blegur, Romelus, Leniwan Darmawati Gea, Markus Domilius Mastilia Illuko, Franky Franky, and Jitro Remi Praing. "Mendidik Kesadaran Gereja Terhadap Tugas Misi Allah." *Makarios: Jurnal Teologi Kontekstual* 2, no. 2 (2022): 77–86. doi:https://doi.org/10.52157/mak.v2i2.239.
- Bock, Darrell L., and Jonathan J. Armstrong. *Virtual Reality Church: Perangkap Dan Peluang*. 1st ed. Jakarta: Literatur Perkantas, 2021.
- Cahyono, Anang Sugeng. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia." *Jurnal Publiciana* 9, no. 1 (2016): 140–57. doi:https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79.
- Camerling, Yosua Feliciano, Mershy Ch. Lauled, and Sarah Citra Eunike. "Gereja Bermisi Melalui Media Digital Di Era Revolusi Industri 4.0." *Visio Dei: Jurnal Teologi Kristen* 2, no. 1 (2020): 1–22. doi:10.35909/visiodei.v2i1.68.
- Dever, Mark. *Sembilan Tanda Gereja Yang Sehat*. 1st ed. Surabaya: Penerbit Momentum, 2010.
- Fronika, Winda. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap Remaja." *Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang*, 2019, 1–15. https://osf.io/g8cv2/download.
- Gaol, Rumondang Lumban, and Resmi Hutasoit. "Media Sosial Sebagai Ruang Sakral: Gereja Yang Bertransformasi Bagi Perkembangan Spiritualitas Generasi Z Dalam Era Digital." *KENOSIS: Jurnal Kajian Teologi* 7, no. 1 (2021): 146–72. doi:10.37196/kenosis.v1i1.284.
- Hamzah, Amir. *Metode Penelitian Kepustakaan (Library Research): Kajian Filosofis*,

- Teoritis Dan Aplikasi Proses Dan Hasil*. Edited by Indi Vidyafi. 1st ed. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2022.
- Harahap, Machyudin Agung, and Susri Adeni. "Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia." *Jurnal Professional FIS UNIVED* 7, no. 2 (2020): 13–23. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/view/1273>.
- Himawan, Andreas. "Refleksi Teologis Terhadap Praktik Bergereja Secara Virtual." In *Kemanusiaan Masa Depan (Future Humanity)*, edited by Hendro, 1st ed. Jakarta: Sekolah Tinggi Teologi Amanat Agung, 2022.
- Lumintang, Stevri Indra. *Misiologia Kontemporer: Menuju Rekonstruksi Theologia Misi Seutuhnya*. 2nd ed. Batu: Departemen Multi-Media YPPH, 2009.
- Packer, J.I., and Thomas C. Oden. *Satu Iman: Konsensus Injili*. 1st ed. Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2011.
- Pandie, Daud Alfons, and Nidia Lina Ardela. "Urgensi Penginjilan Sebagai Tanggung Jawab Gereja." *APOLONIUS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen* 1, no. 1 (2020): 1–10. <http://jurnal.stakam.ac.id/index.php/apolonius/article/view/7>.
- Pardede, Jimmy. *Injil Dan Kebudayaan*. Edited by Budiana Soendjojo and Sharon Nobel. 1st ed. Surabaya: Penerbit Momentum, 2023.
- Patandean, Yohanes Enci, and Krismadayanti. "Mengomunikasikan Injil Melalui Tiktok." *Jurnal Teologi Kontekstual Indonesia* 4, no. 2 (2023): 124–33. doi:<https://doi.org/10.46445/jtki.v4i2.658>.
- Purnomo, Aldrin, and Yudhy Sanjaya. "Tantangan Dan Strategi Gereja Menjalankan Misi Allah Dalam Menghadapi Penerapan Industri 4.0 Di Indonesia." *DIEGESIS: Jurnal Teologi Kharismatika* 3, no. 2 (2020): 91–106. doi:10.53547/diegesis.v3i2.83.
- Purwoto, Paulus, Asih Rachmani Endang Sumiwi, Alfons Renaldo Tampenawas, and Joseph Christ Santo. "Aktualisasi Amanat Agung Di Era Masyarakat 5.0." *DUNAMIS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 6, no. 1 (October 31, 2021): 315–32. doi:10.30648/dun.v6i1.640.
- Rafiq, A. "DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL SUATU MASYARAKAT." *Global Komunika* 1, no. 1 (2020): 18–29. doi:10.33822/gk.v3i1.1704.
- Rulian, Garry. "Media Pemberitaan Injil Melalui Tiktok Era 5.0 Perspektif Guichun Di Jemaat Rantetallang." *Tepian: Jurnal Misiologi Dan Komunikasi Kristen* 3, no. 2 (2023): 79–94. doi:<https://doi.org/10.51667/tjmkk.v3i2.1536>.
- Salsabila, Annisa Anastasia, Dinie Anggraeni Dewi, and Rizky Saeful Hayat. "Pentingnya Literasi Di Era Digital Dalam Menghadapi Hoaks Di Media Sosial." *Inspirasi Dunia: Jurnal Riset Pendidikan Dan Bahasa* 3, no. 1 (2024): 45–54. doi:<https://doi.org/10.58192/insdun.v3i1.1775>.
- Sari, Astri Clara, Rini Hartina, Reski Awalia, Hana Irianti, and Nurul Ainun. "Komunikasi Dan Media Sosial." *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (2018): 69. <https://www.researchgate.net/publication/329998890>.
- Soliha, Silvia Fardila. "Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial Dan Kecemasan Sosial." *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 1 (2015): 1–10. doi:<https://doi.org/10.14710/interaksi.4.1.1-10>.
- Stevanus, Kalis. "Karya Kristus Sebagai Dasar Penginjilan Di Dunia Non-Kristen." *Fidei: Jurnal Teologi Sistematis Dan Praktika* 3, no. 1 (2020): 1–19. doi:10.34081/fidei.v3i1.119.
- Supratman, Lucy Pujasari. "Penggunaan Media Sosial Oleh Digital Native." *Jurnal ILMU KOMUNIKASI* 15, no. 1 (2018): 47–60. doi:10.24002/jik.v15i1.1243.
- Watie, Errika Dwi Setya. "Komunikasi Dan Media Sosial (Communications and Social Media)." *Jurnal The Messenger* 3, no. 1 (2011): 69–75.

doi:10.26623/themessenger.v3i2.270.

Wright, Christopher J. H. *Misi Umat Allah*. Edited by Jonathan Lunde. 3rd ed. Jakarta: Literatur Perkantas, 2020.