



Strategi Pelayanan Misi Gereja di Era Digital dan Integrasi Terhadap Generasi Zillennial

Lurusman Jaya Hia

Sekolah Tinggi Teologi Soteria Purwokerto

Email: lurusmanhia0705@gmail.com

Abstract

The challenge of the church with digital developments in the 20th century has amazed many church communities difficult to adapt to technological developments, especially in doing evangelism. Although there are churches that have begun to adapt to technology, it cannot be denied that there are still churches that still cannot keep up with its development in acting to preach the gospel to the congregation, and especially for young people or often called the zillennial generation (Gen Z) through social media. Ironically, technology is more interesting to Gen Z than theology today. Therefore, the purpose of this article is to offer an ideology about the essentials of the church and efforts to carry out evangelistic missions in the digital era. The result of this research is that the church can be clearly understood in the digital era and is able to do mission through the church's social media with the aim of not reaching people who do not know the church, but reaching people who do not know the true Christian faith. So that the responsibility of the church can be successful by carrying out the mission of preaching the gospel in the digital era along with its development.

Keywords: missiology; church ministry; digital era; zillennial generation

Abstrak

Tantangan gereja dengan perkembangan digital di abad ke-20 ini telah memukau banyak komunitas gereja sulit beradaptasi dengan perkembangan teknologi, khususnya dalam melakukan pekabaran Injil. Walaupun ada gereja yang sudah mulai beradaptasi dengan teknologi, tetapi tidak bisa dipungkiri masih ada gereja yang masih belum bisa mengikuti perkembangannya dalam bertindak melakukan pekabaran Injil bagi jemaat, dan terlebih bagi mereka kaum muda atau sering disebut generasi zillennial (Gen Z) melalui sosial media. Ironisnya teknologi justru lebih menarik perhatian Gen Z, daripada teologi pada masa kini. Oleh karena itu, tujuan dari artikel ini adalah menawarkan ideologi tentang esensial gereja dan upaya melakukan misi pekabaran Injil di era digital. Hasil dari penelitian ini adalah gereja dapat dipahami dengan jelas di era digital dan mampu melakukan misi melalui sosial media gereja dengan tujuan bukan untuk menjangkau orang yang belum mengenal gereja, tetapi menjangkau orang-orang yang belum mengenal iman Kristen sejati. Sehingga tanggungjawab gereja dapat berhasil dengan melakukan misi pekabaran Injil di era digital seiring dengan perkembangannya.

Kata Kunci: misiologi; pelayanan gereja; era digital; generasi zillennial

Pendahuluan

Fenomena perkembangan digital teknologi telah menciptakan perubahan besar dalam gereja maupun di luar gereja. Ironisnya gereja yang tidak dapat beradaptasi dengan perkembangan digital, makin tidak dapat beradaptasi dengan berkembangnya digital teknologi khususnya dalam pekabaran Injil. Hal ini dikarenakan, masih banyak gereja yang masih belum bisa mengelola digital teknologi untuk melakukan pekabaran Injil dengan baik. Padahal masih banyak orang yang perlu mendengar Injil melalui upaya yang dilakukan oleh gereja dalam pekabaran Injil melalui sosial media. Akibatnya banyak orang Kristen yang memiliki agama bermerek, dimana mereka memiliki agama tetapi mereka tidak mau terikat dengan agama apa pun. James Emery White menulis bahwa abad ke-20 di Amerika Serikat terhitung sekitar 85% orang dewasa yang beragama Kristen seperempatnya tidak mengidentifikasi diri sebagai orang Kristen yang sejati.¹ Bahkan perubahan ini mempengaruhi generasi-generasi muda tidak mengidentifikasi diri sebagai Kristen, lalu meninggalkan gereja. James dalam bukunya *"The Rise of the Nones,"* memperkirakan kelompok orang Kristen yang tidak mengidentifikasi dirinya di Amerika Serikat adalah kelompok kedua paling besar setelah jemaat Kristen Katolik.² James menemukan bahwa hal ini disebabkan karena gereja tidak dapat merespons persoalan lingkungan yang semakin pesat dengan adanya digital teknologi. Sehingga populasi orang-orang yang belum terjangkau dan orang-orang yang tidak mengidentifikasi dirinya sebagai orang beragama semakin makin bertambah.

Populasi agama bermerek tidak hanya terjadi di Amerika Serikat. Seiring dengan perkembangannya Indonesia juga terjebak dalam permasalahan yang sama. *Bilangan Research Center* (BRC) menemukan dampak pengaruh perkembangan digital memperoleh jumlah yang paling besar dalam kalangan anak-anak muda di Indonesia, dalam hal ini adalah Gen Z.³ Anak-anak muda menganggap gereja tidak menarik, dan gereja tidak menyentuh kebutuhan mereka secara rohani dengan dampak perkembangan digital. Bahkan bukan hanya itu saja, lambat laun mereka tidak tertarik dengan Injil atau kebenaran firman Allah. Sehingga pengaruh perkembangan digital makin besar.

Anak muda yang disebut Gen Z adalah mereka yang menjadi penerus di balik masa depan Gen Y yang tersembunyi, hidup di tengah-tengah perkembangan teknologi yang sangat cepat. David Stillman dan Jonah Stillman menyatakan, Gen Z adalah mereka yang lahir direntang tahun 1995-2012⁴ disebut generasi internet. Bahkan menurut James, Gen Z adalah mereka yang lahir di rentang 1995-2010 yang memiliki karakteristik yang unik daripada generasi sebelumnya.⁵ Segala sesuatu yang berkaitan dengan dunia maya, menggunakan gawai yang canggih, Gen Z tidak pernah ketinggalan dalam kemajuan *gadget* secara nasional maupun internasional. Namun, masalahnya kerohanian Gen Z semakin menurun dengan adanya *gadget*. Karena *gadget* justru lebih berpengaruh dalam diri mereka daripada hal-hal yang berkaitan dengan spiritual. Menurut survei BRC tahun 2021, kerohanian Gen Z sangat menurun bahkan pemahaman kehidupan dalam Kristus semakin tidak relevan bagi mereka.⁶ Sehingga Gen Z semakin kesini semakin tidak

¹ James Emery White, *Meet Generation Z: Understanding and Reaching the New Post Christian World* (Michigan: Baker Book House, 2017), 23.

² Ibid, 21.

³ Cemara A. Putra Handi Irawan D, "Menyediakan Rujukan Data Yang Relevan, Valid, Dan Terkini Tentang Spiritualitas Kekristenan Di Indonesia," *Bilangan Research Center*. 2019.

⁴ David Stillman dan Jonah Stillman, *How the Next Generation Is Transforming the Workplace* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama anggota IKAPI, 2018). Xi

⁵ White, *Meet Generation Z: Understanding and Reaching the New PostChristian World*. 38

⁶ Nuel, "Rendahnya Spiritualitas Anak Muda Indonesia," (BRC) *Bilangan Research Center*.

antusias melakukan persekutuan rohani dalam gereja. Alasannya karena mereka tidak bisa mengontrol diri dengan adanya digital teknologi. Dimana Gen Z justru memilih untuk menghabiskan waktunya untuk bermain *gadget*, daripada datang beribadah pada waktunya.

Bertolak dari isu di atas, penulis melihat persoalannya tidak cenderung pada teknologi digital yang telah mempengaruhi gaya hidup manusia. Anak-anak muda juga kurang responsif terhadap kebenaran Injil dalam kehidupan sehari-hari mereka. Namun, sekalipun demikian gereja tidak bisa mengabaikan permasalahan ini. Sebab, dampak ini telah merusak spiritualitas generasi gereja dalam merespons iman mereka terhadap Kristus. Oleh sebab itu, gereja perlu merespon permasalahan ini dengan serius. Clinebell menyatakan, permasalahan dalam misi pelayanan gereja terhadap masyarakat, kini tidak terletak pada masalah perkembangan digital secara bertahap, tetapi kehadiran gereja yang tidak relevan menghalangi misi pelayanan gereja saat ini.⁷ Pelayanan misi secara relevan yang dimaksud bukan mengubah kebenaran Injil yang sejati seiring dengan perkembangan digital, tetapi model pelayanan gereja yang relevan dan kontekstual semestinya dipraktekkan gereja dalam melaksanakan pelayanan misi.

Model pelayanan misi yang relevan dan kontekstual merupakan model pelayanan yang mampu merespons persoalan manusia dalam melayani. Dan model pelayanan yang memperhitungkan dan memanfaatkan sumber daya manusia yang tersedia dalam melayani gereja. Oleh karena itu, gereja dapat melaksanakan misi dalam perkembangan digital secara relevan melalui kehadiran gereja dalam media digital teknologi. Dengan hadirnya gereja, pelayanan misi tidak hanya dilakukan dalam gereja atau kepada orang-orang yang aktif merespons pekabaran Injil. Tetapi, gereja juga memiliki peran aktif dalam melakukan pelayanan misi di ruang publik dengan berbagai masalah yang telah menimpa anak-anak muda (Gen Z) Kristen pada masa kini.

Dengan demikian dalam artikel ini penulis akan menguak bagaimana seharusnya gereja merespons persoalan Gen-Z dalam melakukan misi melalui pelayanan gereja online. Walaupun memang ada faktor internal dari dalam diri setiap individu generasi yang mempengaruhi antusias mereka dalam merespon Injil, tetapi gereja perlu hadir sebagai faktor eksternal untuk memunculkan motivasi internal dari dalam diri Gen Z dalam merangkul mereka. Oleh karena itu, dalam artikel ini penulis tidak fokus menawarkan bagaimana Gen Z merespons Injil secara spesifik. Tetapi, penulis akan fokus membahas bagaimana gereja melakukan misi bagi jemaat (Gen Z) melalui teknologi digital. Supaya Gen Z atau jemaat yang belum terjangkau dapat terjangkau dengan pelayanan misi melalui digital teknologi. Sebab pelayanan misi dalam ruang publik bukan untuk memperkenalkan megahnya gedung gereja atau mendapat pujian dari publik. John Stott menyatakan, pelayanan adalah penginjilan yang tidak terpisah dengan inti misi, yaitu pekabaran Injil Kristus.⁸ Sehingga kehadiran gereja adalah bertanggungjawab untuk memperkenalkan Injil Kristus secara konsisten di tengah-tengah problem yang dihadapi masa kini.

Metode Penelitian

Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka, dimana dengan berbagai pustaka penulis mengkolaborasikan ideologi tentang eksistensi gereja di era digital melalui berbagai pustaka yang mendukung penelitian ini. Serta strategi apa

⁷ Heidi A. Campbell, *When Religion Meets New Media* (London: outledge, 2010), 67-85.

⁸ John R. W. Stott, *Christian Mission in the Modern World* (Downer Grove: InterVarsity Press, 1975), 15-34

yang dapat menunjang berjalannya pelayanan misi di era digital teknologi masa kini. Karena untuk melakukan misi pelayanan gereja di tengah perkembangan digital teknologi, penting bagi gereja untuk memahami strategi dalam pelayanan misi dalam menjangkau mereka yang belum terjangkau.

Pembahasan

Gereja Virtual

Overview dari komunitas gereja dalam melakukan misi di tengah perkembangan digital merupakan standar yang menunjukkan gereja dapat beradaptasi dengan adanya digital teknologi untuk melakukan pelayanan misi. Kehadiran gereja di tengah-tengah masyarakat tampil untuk mendemonstrasikan responsif komunitas gereja virtual maupun online terhadap permasalahan yang terjadi dalam melakukan misi terhadap jemaat dan terhadap publik. Sebab, perkembangan digital teknologi tidak diragukan lagi telah mempengaruhi konteks bagaimana gereja merespons jemaat, jauh berbeda sebelum berkembangnya digital teknologi.⁹ Terbukti bahwa anggota jemaat kini mampu merespons visi misi gereja online melalui sosial media dalam mempercepat arus pekabaran Injil.¹⁰ Dan alasan ini yang menciptakan kontravensi antar agama dalam melakukan pelayanan misi.¹¹ Sehingga hal ini menunjukkan bahwa ledakan digital teknologi sangat kuat tertanam dalam dunia pekabaran Injil di setiap komunitas gereja.

Kompetitif yang terjadi ini benar-benar terlihat jelas di tengah berkembangnya digital teknologi dalam komunitas gereja. Hal ini telah menjadi sebuah jalan untuk diikuti oleh komunitas gereja yang lain.¹² Masing-masing gereja memaksimalkan digital teknologi untuk mempromosikan setiap *event* yang terjadi dalam gereja melalui sosial media yang dimiliki sekaligus melangsungkan visi misi gereja di tengah memperlihatkan *event* tersebut. Sturgill menyatakan, gereja mempromosikan *event* dalam gereja bukan hanya untuk memproduksi media digital teknologi yang ada, tetapi juga untuk pekabaran Injil.¹³ Sebab, sosial media telah berkembang menjadi ruang spiritual dimana informasi dan interaksi bukan hanya di sekitar masalah *profan*, tetapi juga sudah masuk ke dalam lingkup rohani.¹⁴ Dengan demikian digital teknologi telah membawa manusia dalam transformasi iman yang baru. Karena digital teknologi dalam gayanya membawa manusia berjelajah iman melalui sosial media yang dimiliki tanpa harus berkumpul atau berjumpa secara langsung. Campbell menyatakan, peningkatan layanan perkembangan digital terus berjalan dalam penginjilan secara online.¹⁵ Oleh sebab itu, gereja dalam digital teknologi untuk pekabaran Injil telah berjalan dalam gereja online sejak dampak-dampak teknologi mulai memasuki gereja.

Kehadiran gereja yang mampu beradaptasi sebenarnya tidak sulit. Karena kehadiran gereja online justru melibatkan lingkungan masyarakat aktif memahami lebih

⁹ Heidi A. Campbell, *When Religion Meets New Media*, 85.

¹⁰ Jijo James Indiparambil, "Towards a Digital 'Calling': A Pastoral Reconfiguring of Electronic Gadgets and Social Media Revolution In India," *Eastern Journal of Dialogue and Culture* 11 no. 1 (2018), 53.

¹¹ L.M. Baab, "Portraits of the Future Church: A Rhetorical Analysis of Congregational Websites," *Journal of Communication and Religion* 31, no. november (2008): 143–181, http://www.otago.ac.nz/csn/pdf/Portraits-art_Baab.pdf.

¹² Jacques B. Doukhan, *The Creation Narrative*. In S. Bell, ed. Skip Bell (Berrien Springs, MI: Andrews University Press, 2014).

¹³ Amanda Sturgill, "Scope and Purposes of Church Websites," *Journal of Media and Religion* 3, no. 3 (2004): 165–176.

¹⁴ Adhika Tri Subowo, "Membangun Spiritualitas Digital Bagi Generasi Z," *DUNAMIS: Jurnal Penelitian Teologi dan Pendidikan Kristiani* 5, no. 2 (2021): 379–395.

¹⁵ Heidi A. Campbell, *When Religion Meets New Media*, 22.

dekat visi misi gereja. Karena pada dasarnya jemaat saat ini memiliki antusias dalam menyampaikan setiap aspirasi mereka terhadap gereja melalui sosial media gereja online. Bonner, Steven D. menuliskan, adanya gereja online menciptakan keberanian jemaat dalam meminta dukungan doa terhadap apa yang dialami.¹⁶ Sebab, dunia virtual telah menjadi acuan anggota jemaat dalam merespons visi gereja terhadapnya,¹⁷ yang di peroleh dengan ketegangan yang ada.¹⁸ Oleh karena itu, kehadiran gereja seperti ini perlu di kembangkan untuk membuka diri terhadap jemaat atau masyarakat di ruang publik. David W. Gill menyatakan, melalui ketegangan dalam dunia virtual jemaat dapat terbiasa dalam kebiasaan untuk berpikir dan bertindak berdasarkan Kitab Suci.¹⁹ Sehingga melalui gereja online seperti ini gereja dapat dikenal sebagai gereja yang tidak anti digital teknologi, hadir untuk menjadi sarana bagi manusia melahirkan kerinduan berelasi dengan Allah.

Oleh sebab itu, kehadiran gereja di tengah-tengah perkembangan digital teknologi bukan hanya melangsungkan ibadah setiap waktunya. Sekalipun pada umumnya pelayanan misi hanya dilakukan di dalam gereja sesuai kebutuhan.²⁰ Tetapi gereja juga penting menyediakan waktu bagi Gen Z untuk belajar Alkitab dengan berbagai nilai-nilai yang tidak dapat diabaikan melalui sosial media. Sehingga melalui itu generasi paham bahwa kehadiran mereka di tengah-tengah dunia bukan hanya memenuhi prinsip pribadi, akan tetapi ada prinsip kekristenan yang perlu mereka penuhi tanpa harus menarik diri dalam pelayanan misi. Sebab, kekristenan hadir di tengah-tengah dunia dalam perubahannya untuk melakukan penginjilan terhadap dunia kapan saja dan dimana saja. Bukan hanya fokus pada prinsip pribadi atau terbatas oleh lokasi, tetapi membuka diri dengan dunia digital teknologi.²¹ Supaya semua generasi dapat melakukan pelayanan misi, gereja bertanggung jawab untuk mempersiapkan setiap Gen Z untuk mengenal prinsip-prinsip kekristenan yang ada. Dengan demikian gereja dapat berkembang, dan tidak buntu di tengah-tengah perkembangan dunia saat ini.

Strategi Gereja Virtual (Media Sosial Church)

Perubahan zaman ini telah mengubah pola pelayanan gereja secara luas dalam melakukan misi terhadap masyarakat. Gereja yang tidak dapat beradaptasi sebelumnya, kini memburu berbagai cara beradaptasi untuk menunjukkan mentalitas pejuang dalam misi Allah. Karena pelayanan misi bukan berurusan dengan diri sendiri, tetapi keluar untuk menjadi saksi bagi Kristus dalam mengabarkan Injil.²² Gereja pada dasarnya tidak berubah, tetapi cara gereja mendemonstrasikan esensinya dalam merespons permasalahan di era digital perlu diubah. Sebab gereja memiliki visi dan misi dari Allah

¹⁶ Steven D Bonner, "The Social Church: A Theology of Digital Communication," *The Journal of Youth Ministry*, no. 15 no 1 (2016), 161-163.

¹⁷ Thomas P. Rausch SJ, *Faith, Hope, and Charity: Benedict XVI on the Theological Virtues* (America: Paulist Press, 2015), 2.

¹⁸ Paula Gottlieb, *The Virtue of Aristotle's Ethics* (Leiden: Cambridge University Press, 2009), 51.

¹⁹ David W. Gill, *Becoming Good: Building Moral Character* (Downers Grove, Ill: InterVarsity Press, 2000), 25-45.

²⁰ Jeanne Halgren Kilde, "Sacred Power, Sacred Space: An Introduction to Christian Architecture and Worship," in *The Digital Cathedral: Networked Ministry in a Wireless World*, ed. Keith Anderson (Oxford: Oxford University Press, 2008), 32.

²¹ Dict Houtman and Stef Aupers, "Religions of Modernity: Relocating the Sacred to the Self and TheDigital," in *Religions of Modernity: Relocating the Sacred to the Self and the Digital*, ed. Dict Houtman and Stef Aupers (Boston: Brill, 2013), 25

²² Veli Matti Karkkainen, *Hope and Community: A Constructive Christian Theology for the Pluralistic World* (USA: Eerdmans Publishing Company, 2017), 287.

adalah melanjutkan visi dan misi Kristus setelah kebangkitan-Nya. Wiyono dan Sukardi menyatakan, gereja diutus oleh Allah untuk menjadi rekan-Nya memasuki dunia dalam pemberitaan Injil dan menunjukkan segala esensi sifat-sifat Allah (1 Petrus 2:9).²³ Dengan visi tersebut, gereja melakukan berbagai metode dan strategi pelayanan yang dapat menyentuh kebutuhan masyarakat dalam melakukan misi.

Strategi dalam pekabaran Injil merupakan hal penting dalam mencapai visi misi yang ada. Karena gereja tanpa strategi mustahil dapat menjalankan visi misi dalam melakukan misi pekabaran Injil terhadap masyarakat. Lorne L. Dawson menyatakan, gereja online merupakan ruang yang menunjukkan bentuk kehidupan kontemporer.²⁴ Di luar dugaan pernyataan ini lahir dari strategi gereja dalam memberikan ruang baru terhadap anggota jemaat. Jolyon Mitchell menyatakan, kecemasan dalam ruang digital sangat berakibat fatal.²⁵ Karena tanpa strategi komunitas gereja untuk menjangkau orang-orang yang belum terjangkau, jemaat terasing dalam kenyataan gereja.²⁶ Oleh sebab itu, strategi gereja memiliki peran aktif dalam merancang segala metode untuk melakukan pelayanan misi bagi jemaat.

Strategi gereja online bertujuan untuk menjangkau orang-orang yang belum terjangkau. Karena strategi gereja dalam perkembangan digital teknologi untuk melakukan misi adalah metode inti di dalam penginjilan gereja online terhadap publik. Sebab, ini merupakan agenda dalam melakukan misi untuk menjangkau masyarakat lewat sosial media gereja dengan memanfaatkan dunia virtual agar jemaat dapat benar-benar merasakan kehadiran Kristus.²⁷ Adapun hal yang dilakukan gereja adalah menyediakan tempat bagi masyarakat untuk mengenal terlebih dahulu gereja. Tempat yang dimaksud dalam hal ini adalah tempat untuk melihat bagaimana keberadaan gereja selama ini. Untuk melihat keberadaan itu, gereja perlu membentuk team sosial media yang konsisten melakukan visi misi gereja melalui sosial media gereja, seperti *Website*, *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, bahkan *Group Whatsapp* komunitas gereja untuk berinteraksi dengan mereka melalui renungan-renungan firman Tuhan yang dipublikasikan di setiap sosial media tersebut. Tujuannya adalah untuk mempercepat alur arus informasi pelayanan misi gereja,²⁸ kemudian mengintegrasikan prinsip peduli terhadap perubahan.²⁹ Dan gereja hadir bukan hanya untuk mengeksplor pernyataan diri Allah atau kebenaran firman Allah dalam melakukan misi, tetapi juga gereja tidak terpisah dengan memberikan perhatian dengan jemaat.³⁰ Oleh sebab itu, untuk menjalankan hal

²³ Sukardi And Andreas Untung Wiyono, *Manajemen Gereja: Dasar Teologis & Implementasi Praktisnya* (Bandung: Bina Media Informasi, 2010), 25.

²⁴ Lorne L. Dawson, "Researching Religion in Cyberspace: Issues and Strategies," in *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, ed. Heidi A. Campbell (London & New York: Routledge, 2013), 55.

²⁵ Jolyon Mitchell, "Questioning Media and Religions," in *Between Sacred and Profane: Researching Religions and Popular Culture*, ed. Gordon Lynch (London: I.B. Tauris is an educational publishing house and imprint of Bloomsbury Publishing, 2007), 34.

²⁶ Heidi A. Campbell, *When Religion Meets New Media*, 42-43.

²⁷ John Olson, "Eucharist and Technology: A Heideggerian Critique of Virtual Communion," *Journal of the Oxford Graduate Theological Society* 1, no. 1 (n.d.), 41-68.

²⁸ Jijo James Indiparambil, "Towards a Digital 'Calling': A Pastoral Reconfiguring of Electronic Gadgets and Social Media Revolution in India," *Eastern Journal of Dialogue and Culture* 11, no. 1 (2018): 34-65.

²⁹ Anne Leonard, "Communicating Affirmative Action during Transformational Change: A South African Case Study Perspective" (Pretoria, South Africa: University of Pretoria, 2005).

³⁰ Jeff Astley and North of England Institute for Christian Education, *Theological Perspectives on Christian Formation: A Reader on Theology and Christian Education, Christian Perspectives* (Leominster: Gracewing, 1996), X.

itu gereja harus menunjukkan tata ibadah yang aktif dalam merespons masalah yang ada. Sehingga melalui itu sosial media gereja dapat diisi dengan berbagai *event-event* yang terjadi di dalamnya. Supaya melalui itu masyarakat melihat kegiatan gereja berjalan secara teratur.

Hal ini semua bisa teratur dengan adanya team sosial media yang aktif melakukan survei dan memberikan pemahaman kepada publik tentang apa kontribusi gereja hadir di dunia virtual. Tujuannya untuk memperkuat jaringan relasi gereja dalam memimpin alam ruang publik.³¹ Untuk memulai team sosial media tidak harus langsung memiliki team besar. Semua bisa dimulai dari 3-5 orang dengan peran dan juga *job description* yang jelas. Hal yang dibutuhkan dalam team sosial media gereja setidaknya 5 hal berikut: pertama, *Coordinator*, membuat social media *calendar*, berkolaborasi dengan *copywriter* dan *desainer* dalam proses pembuatan konten, memonitor dan menganalisa pertumbuhan *channel social media*, membuat perencanaan meeting mingguan, melakukan *follow up* dan memastikan jadwal posting berjalan sesuai kalender yang ditetapkan, dan *standby* menjawab komentar dan *DM* yang masuk dalam sosial media gereja. Kedua, *Copywriter*, memahami kebutuhan dan selera dari target audiens yang akan dijangkau, memahami tren-tren yang sedang terjadi, mampu membuat tulisan dengan gaya bahasa yang relevan dan dimengerti oleh target audiens, harus cukup dewasa rohani dan memiliki pemahaman teologi yang cukup baik. Ketiga, *Desainer/Videos Editor*, bekerjasama dengan *copywriter* dan *coordinator* dalam proses produksi konten, menggunakan *script* yang ditulis *copywriter* untuk diubah menjadi gambar/video yang menarik, memahami jenis konten yang cocok untuk setiap *platform social media*. Keempat, *Auditor*, berperan penting untuk mengawasi konten-konten social media gereja agar tidak menimbulkan mispersepsi bagi pembacanya, bekerjasama dengan *copywriter* untuk memberi masukan dari *script* yang ditulis agar sesuai dengan kebenaran Firman Tuhan, memeriksa konten-konten yang telah didesain sebelum dipublikasikan ke *social media*, dan sebisa mungkin *auditor* adalah seseorang yang memiliki pemahaman teologi yang baik. Kelima, *Counselor/Connector*, menjawab setiap komentar dan *DM* yang masuk, membangun interaksi dengan *followers*, misalnya dengan membuat *question/polling* di *instagram story*, mendengarkan curhat yang masuk, mendoakan, lalu menghubungkan mereka ke komunitas rohani, dan menghubungkan orang yang butuh konseling pada hamba Tuhan.

Kelima hal ini berangkat dari ideologi yang didukung oleh Kendall Conner.³² Role ini paling tidak adalah hal yang paling utama dan dibutuhkan dalam memulai pelayanan di social media gereja. Karena ini merupakan bagian dari diskusi dan pemeriksaan di digital teknologi non material.³³ Tentunya role ini bisa saja dikerjakan oleh orang yang sama sehingga tidak harus memiliki 5 orang berbeda untuk memulai tim social media. Contohnya *coordinator* bisa merangkap sebagai *auditor*, atau *copywriter* merangkap sebagai *coordinator* atau *connector*. Sebab *coordinator* merupakan bagian yang sama dengan pemimpin yang mengajarkan kesetiaan dalam memfasilitasi berbagai dimensi

³¹ Ronald E. Riggio and Rebecca J. Reichard, "The Emotional and Social Intelligences of Effective Leadership: An Emotional and Social Skill Approach," *Journal of Managerial Psychology* 23, no. 2 (2008): 169–185.

³² Kendall Conner, "How To Build A Social Media Team For Your Church (5 Crucial Tips)," *The Creative Pastor* *The Creative Pastor*.

³³ Calvin Sun, "Toward a Digital Missiology: Missions to an Unreal World" (Canada: Ambrose University, 2018).

tugas gereja.³⁴ Dan yang akan memegang peranan paling penting tentu adalah *coordinator* karena dia adalah motor penggerak dari tim social media gerejanya.

Oleh sebab itu, strategi ini bukan hanya menunjukkan bagaimana gereja berjalan secara konsisten. Tetapi gereja juga berkerja memaksimalkan misi pelayanan dengan strategi-strategi yang telah dibuat dalam agenda misi pelayan. Sebab gereja tidak terpisah dengan harapan jemaat selaras dengan pernyataan kehendak Allah dalam Kitab Suci. Robert W. Pazmiño menyatakan, pengharapan gereja adalah jemaat juga mampu menyelaraskan pengetahuan mereka dengan apa yang dikehendaki Allah.³⁵ Karena pengharapan kepada kehendak Allah merupakan kunci pelayanan gereja.³⁶ Oleh karena itu, kehadiran gereja dalam melakukan misi tidak terlepas dari teladan pelayanan misi Kristus. Matthew R. Miller and John Mark Bennett Beazley menyatakan, pelayanan misi dalam mendidik dan mengabarkan Injil prinsipnya harus selaras dengan mengikuti teladan Kristus.³⁷ Oleh karena pelayanan misi dalam strategi apapun, kehadirannya untuk mewujudkan visi kehidupan yang serupa dengan Kristus,³⁸ dan mengabarkan Injil secara menyeluruh dengan hidup benar dalam mengabarkan Injil dan dalam menghadapi perubahan-perubahan zaman.³⁹ Sehingga nilai-nilai yang digunakan dalam melakukan misi dengan strateginya, bukan nilai-nilai virtual gereja yang ada. Akan tetapi nilai-nilai yang digunakan untuk mewujudkannya adalah nilai keteladanan misi Kristus.

Dengan demikian strategi sosial media bergerak cepat untuk mentransformasi misi pelayanan di ruang publik. Karena pelayanan misi melalui sosial media membuka banyak kesempatan bagi gereja yang untuk menjangkau orang banyak tanpa batas lokasi. Mia Lovheim menyatakan, munculnya digital teknologi telah menciptakan spiritualitas yang dapat membentuk identitas.⁴⁰ Oleh karena itu untuk membuat menarik setiap apa yang didemonstrasikan oleh gereja, gereja perlu memberikan informasi se jelas mungkin apapun itu berbagai *event* dalam gereja, terlebih Injil Kristus. Sebab visi gereja online adalah melepaskan manusia dalam kekuasaan otoritas diluar otoritas Kristus,⁴¹ dan melakukan penginjilan melalui pemuridan sesuai ajaran Kristus.⁴² Ini juga salah satu hal yang membuat *audience* atau pengikut sosial media gereja tidak membosankan melihat postingan sosial media gereja, dan tidak menghilangkan nilai-nilai iman Kristen yang sejati. Kemudian, bukan hanya itu saja gereja juga perlu membuka diri terhadap publik.

³⁴ Michael W Goheen, *A Light to the Nations - The Missional Church and the Biblical Story* (Grand Rapids, Michigan: Baker Academic a division of Baker Publishing Group, 2011).

³⁵ Robert W. Pazmiño, *Foundational Issues in Christian Education: An Introduction in Evangelical Perspective* (Grand Rapids: Mich: Baker Academic, 2008), 81.

³⁶ Heidi Malm et al., "Ethics, Pandemics, and the Duty to Treat," *American Journal of Bioethics* 8, no. 8 (2008): 4–19.

³⁷ Matthew R. Miller and JohnMark Bennett Beazley, "Christian Spiritual Formation in the Classical School," *Journal of Spiritual Formation and Soul Care* 11, no. 2, 230–240.

³⁸ Michael W. Austin and R. Douglas Geivett, *Christian Virtues for Everyday Life*, ed. Being Good (Grand Rapids, Mich: William B. Eerdmans Publishing Company is a religious publishing house based in Grand Rapids, Michigan, 2012), 1.

³⁹ Michael Pocock, *The Changing Face of The World Missions: Engaging Contemporary Issues and Trends* (Grand Rapids, Michigan: Baker Academic, 2005), 327-329.

⁴⁰ Mie Lovheim, "Identity," in *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, ed. Heidi A. Campbell (London & New York: Routledge, 2013), 43.

⁴¹ Zanniro Hsb, "Agama Dan Virtualitas (Menelisik Aktivitas Khalayak Dalam Fenomena Sosial Dan Ritual Keagamaan Di Dunia Virtual)," *Jurnal Komodifikasi* 7, no. 1 (2019): 138–157, <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Komodifikasi/article/view/10044>.

⁴² Robert H. Gundry, *Matthew: A Commentary on His Handbook for a Mixed Church under Persecution* (Grand Rapids: William B. Eerdmans Publishing Company is a religious publishing house based in Grand Rapids, Michigan, 1994), 596.

Bukan hanya menciptakan konten-konten menarik dalam sosial media. Tetapi benar-benar melakukan pelayanan misi tersebut secara bertanggungjawab dengan mudah diakses oleh orang-orang membutuhkan pertolongan secara rohani. Hal ini memang tidak mudah, tetapi bukan tidak bisa. Gereja perlu melakukan setidaknya hal praktis ini yaitu dengan menyediakan *form* dukungan doa, nomor *WhatsApp* gereja, atau tim yang siap menjawab *DM Instagram* maupun *Whatsapp*. Sebab melalui ini jangkauan gereja semakin bertambah dengan program yang spesifik dan praktik.⁴³ Artinya sudah saatnya gereja memberikan kesan bahwa mereka available, mudah diakses, dan juga *approachable*. Gereja harus lebih fasih dalam memanfaatkan sosial media gereja, dan mampu membangun hubungan menggunakan *chat platform*. Karena hal yang penting disini bukan program atau *event-event* gereja, tetapi *relationship* antara gereja dengan publik.

Implikasi Bagi Gereja Masa Kini

Pelayanan misi gereja masa kini memperoleh strategi masing-masing dengan konsep pelayanan yang ditetapkan dalam gereja. Gereja masa kini telah terpaku melihat apa yang dikerjakannya adalah cara yang paling benar dan tepat untuk melakukan misi pelayanan. Padahal cara itu hanyalah komponen-komponen terkecil dari ketertarikan publik. Karena gereja hanya mengandalkan ideologinya sendiri, dan tidak pernah memberikan kesempatan bagi generasi untuk berkarya dalam melayani. Gereja perlu melihat bahwa generasi yang sangat mengerti dengan generasinya adalah kaki tangan gereja untuk menjangkau generasi yang belum terjangkau dalam gereja. Sehingga kesempatan bagi generasi perlu tercipta dalam pelayanan misi gereja. Supaya pelayanan misi gereja semakin luas bukan semakin sempit dengan pemikiran-pemikiran yang bergantung pada budaya gereja yang ada.

Kemudian untuk melaksanakan pekabaran Injil secara online melalui digital teknologi, gereja perlu memiliki komitmen yang kuat. Bukan hanya untuk sementara waktu, atau untuk mencari pencapaian dunia seperti *followers* atau *like content* paling banyak. Tetapi benar-benar bertindak melakukan pekabaran Injil untuk memperbanyak jaringan *followers* Kristus dan ketertarikan Injil bagi jemaat. Mengoperasikan dunia virtual memang bukan persoalan yang mudah, tetapi dengan kesempatan yang masih banyak gereja perlu menuntun generasi gereja untuk belajar *digital marketing*. Sebab dengan tuntunan itu, digital teknologi menjadi bisa dioperasikan oleh gereja. Oleh karena itu, generasi gereja hadir di dalam gereja menjadi penting. Selain generasi adalah agenda jangkauan yang harus dijangkau dengan dampak-dampak yang ada oleh gereja, kehadiran generasi juga meringankan tanggung jawab gereja dalam beradaptasi dengan digital teknologi melalui kehadiran mereka.

Oleh sebab itu, gereja perlu menangkap generasi dan menciptakan peluang atau ruang pelayanan di tengah kondisi dunia yang membuat generasi jauh dari gereja. Mircea Eliade menyatakan, ketertarikan mereka dengan hal-hal yang sakral melalui peluang yang ada menjadi sangat cepat bagi gereja untuk menjangkau generasi.⁴⁴ Sehingga penulis melihat bahwa gereja tanpa generasi adalah gereja yang buntu. Karena generasi merupakan penerus rekan kerja Allah yang harus dipersiapkan oleh gereja mengambil tanggung jawab dalam pelayanan misi gereja untuk memproklamkan iman Kristen.⁴⁵

⁴³ Peter C. Wagner, *Strategy for Church Growth* (California: Regal Book, 1987), 115.

⁴⁴ Mircea Eliade, *The Sacred and The Profane: The Nature of Religion* (New York: A Harvest Book, 1987), 11.

⁴⁵ Scott W Sunquist, *Understanding Christian Mission* (Grand Rapids, Michigan: Baker Academic a division of Baker Publishing Group, 2013).

Sekalipun memang pelayanan misi bukan profesi mereka. Tetapi gereja bertanggung jawab mengajarkan bagaimana generasi bisa mengambil bagian dalam pelayanan Tuhan yang cocok dengan kapasitas mereka untuk transformasi kehidupan berdasarkan kebenaran Allah.⁴⁶ Supaya generasi juga dapat mengambil bagian dalam dunia pelayanan melalui apa yang mereka mampu lakukan. Tujuannya adalah agar mereka tidak kaku dalam merefleksikan iman mereka dengan talenta yang mereka miliki, tetapi benar-benar mereka memiliki kerinduan untuk mentransformasi diri melalui pelayanan misi dalam gereja. Hal ini semua dapat terjadi apabila kepemimpinan gereja terbuka terhadap berbagai latar belakang generasi. Sehingga pemimpin-pemimpin dalam gereja mudah diakses, dan juga dapat menyesuaikan diri terhadap generasi melalui *relationship* yang dibangun dalam pelayanan.

Kesimpulan

Gereja dalam digital teknologi merupakan rumah spiritual generasi yang melibatkan mereka untuk mengerjakan visi misi gereja sebagai orang Kristen yang sejati. Gereja hadir di dunia virtual bukan agar banyak orang yang mengenal gereja atau pemimpin-pemimpin gereja, tetapi agar banyak orang yang semakin rindu mengenal Kristus. Oleh karena itu, kehadiran gereja penting memiliki konsep pelayanan yang unik dari sebelumnya melalui strategi pelayanan yang dapat menyentuh kebutuhan jemaat atau Gen Z. Dengan demikian strategi ini bukan hanya memenuhi kebutuhan gereja, tetapi juga memenuhi kebutuhan setiap orang percaya berelasi dengan pribadi Allah. Sebab strategi pekabaran Injil yang relevan bukan mengubah Injil, akan tetapi metode pekabaran Injil yang perlu penyesuaian terhadap perkembangannya. Sehingga, pekabaran Injil dalam gereja online tidak terpaku pada konsep budaya yang hanya fokus pada satu titik, tetapi juga terbuka dalam ruang publik dengan nilai-nilai dan prinsip kekristenan yang sejati.

Daftar Pustaka

- Anne Leonard. *"Communicating Affirmative Action during Transformational Change: A South African Case Study Perspective."* Pretoria, South Africa: University of Pretoria, 2005.
- Baab, L.M. "Portraits of the Future Church: A Rhetorical Analysis of Congregational Websites." *Journal of Communication and Religion* 31, no. november (2008): 143–181. http://www.otago.ac.nz/csn/pdf/Portraits-art_Baab.pdf.
- Beazley, Matthew R. Miller and JohnMark Bennett. "Christian Spiritual Formation in the Classical School." *Journal of Spiritual Formation and Soul Care* 11, no. 2 (n.d.).
- Bonner, Steven D. "The Social Church: A Theology of Digital Communication." *The Journal of Youth Ministry*, no. 15 no 1 (2016).
- Calvin Sun. *"Toward a Digital Missiology: Missions to an Unreal World."* Canada: Ambrose University, 2018.
- Conner, Kendall. "How To Build A Social Media Team For Your Church (5 Crucial Tips)." *The Creative Pastor* *The Creative Pastor*.
- David W. Gill. *Becoming Good: Building Moral Character*. Downers Grove, Ill: InterVarsity Press, 2000.
- Dict Houtman and Stef Aupers. "Religions of Modernity: Relocating the Sacred to the Self and TheDigital," in *Religions of Modernity: Relocating the Sacred to the Self and the*

⁴⁶ Jerry Pillay, "The Church as a Transformation and Change Agent," *HTS Theologies Studies / Theological Studies* 73, no. 3 (2017).

- Digital*. Edited by Dict Houtman and Stef Aupers. Boston: Brill, 2013.
- Geivett, Michael W. Austin and R. Douglas. *Christian Virtues for Everyday Life*. Edited by Being Good. Grand Rapids, Mich: William B. Eerdmans Publishing Company is a religious publishing house based in Grand Rapids, Michigan, 2012.
- Goheen, Michael W. *A Light to the Nations - The Missional Church and the Biblical Story*. Grand Rapids, Michigan: Baker Academic a division of Baker Publishing Group, 2011.
- Handi Irawan D, Cemara A. Putra. "Menyediakan Rujukan Data Yang Relevan, Valid, Dan Terkini Tentang Spiritualitas Kekristenan Di Indonesia." *Bilangan Research Center*.
- Heidi A. Campbell. *When Religion Meets New Media*. London: outledge, 2010.
- Hsb, Zanniro. "Agama Dan Virtualitas (Menelisik Aktivitas Khalayak Dalam Fenomena Sosial Dan Ritual Keagamaan Di Dunia Virtual)." *Jurnal Komodifikasi* 7, no. 1 (2019): 138–157. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Komodifikasi/article/view/10044>.
- Jacques B. Doukhan. *The Creation Narrative*. In S. Bell. Edited by Skip Bell. Berrien Springs, MI: Andrews University Press, 2014.
- James Emery White. *Meet Generation Z: Understanding and Reaching the New Post Christian World*. Michigan: Baker Book House, 2017.
- Jeff Astley and North of England Institute for Christian Education. *Theological Perspectives on Christian Formation: A Reader on Theology and Christian Education, Christian Perspectives*. Leominster: Gracewing, 1996.
- Jijo James Indiparambil. "'Towards a Digital 'Calling': A Pastoral Reconfiguring of Electronic Gadgets and Social Media Revolution In India,'" *Eastern Journal of Dialogue and Culture* 11 no. 1 (2018).
- JIJ0 JAMES INDIPARAMBIL. "Towards a Digital 'Calling': A Pastoral Reconfiguring of Electronic Gadgets and Social Media Revolution in India." *Eastern Journal of Dialogue and Culture* 11, no. 1 (2018): 34–65.
- John R. W. Stott. *Christian Mission in the Modern World*. Downer Grove: InterVarsity Press, 1975.
- Jolyon Mitchell. "Questioning Media and Religions," in *Between Sacred and Profane: Researching Religions and Popular Culture*. Edited by Gordon Lynch. London: I.B. Tauris is an educational publishing house and imprint of Bloomsbury Publishing, 2007.
- Kilde, Jeanne Halgren. "Sacred Power, Sacred Space: An Introduction to Christian Architecture and Worship," in *The Digital Cathedral: Networked Ministry in a Wireless World*. Edited by Keith Anderson. Oxford: Oxford University Press, 2008.
- Lorne L. Dawson. "Researching Religion in Cyberspace: Issues and Strategies," in *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. Edited by Heidi A. Campbell. London & New York: Routledge, 2013.
- Lovheim, Mie. "Identity," in *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. Edited by Heidi A. Campbell. London & New York: Routledge, 2013.
- Malm, Heidi, Thomas May, Leslie P. Francis, Saad B. Omer, Daniel A. Salmon, and Robert Hood. "Ethics, Pandemics, and the Duty to Treat." *American Journal of Bioethics* 8, no. 8 (2008): 4–19.
- Michael Pocock. *The Changing Face of The World Missions: Engaging Contemporary Issues and Trends*. Grand Rapids, Michigan: Baker Academic, 2005.
- Mircea Eliade. *The Sacred and The Profane: The Nature of Religion*. New York: A Harvest Book, 1987.

- Olson, John. "Eucharist and Technology: A Heideggerian Critique of Virtual Communion." *Journal of the Oxford Graduate Theological Society* 1, no. 1 (n.d.).
- Paula Gottlieb. *The Virtue of Aristotle's Ethics*. Leiden: Cambridge University Press, 2009.
- Peter C. Wagner. *Strategy for Church Growth*. California: Regal Book, 1987.
- Pillay, Jerry. "The Church as a Transformation and Change Agent." *HTS Teologiese Studies / Theological Studies* 73, no. 3 (2017).
- Riggio, Ronald E., and Rebecca J. Reichard. "The Emotional and Social Intelligences of Effective Leadership: An Emotional and Social Skill Approach." *Journal of Managerial Psychology* 23, no. 2 (2008): 169–185.
- Robert H. Gundry. *Matthew: A Commentary on His Handbook for a Mixed Church under Persecution*. Grand Rapids: William B. Eerdmans Publishing Company is a religious publishing house based in Grand Rapids, Michigan, 1994.
- Robert W. Pazmiño. *Foundational Issues in Christian Education: An Introduction in Evangelical Perspective*. Grand Rapids: Mich: Baker Academic, 2008.
- Sturgill, Amanda. "Scope and Purposes of Church Websites." *Journal of Media and Religion* 3, no. 3 (2004): 165–176.
- Subowo, Adhika Tri. "Membangun Spiritualitas Digital Bagi Generasi Z." *DUNAMIS: Jurnal Penelitian Teologi dan Pendidikan Kristiani* 5, no. 2 (2021): 379–395.
- SUKARDI, and ANDREAS UNTUNG WIYONO. *Manajemen Gereja: Dasar Teologis & Implementasi Praktisnya*. Bandung: Bina Media Informasi, 2010.
- Sunquist, Scott W. *Understanding Christian Mission*. Grand Rapids, Michigan: Baker Academic a division of Baker Publishing Group, 2013.
- Thomas P. Rausch SJ. *Faith, Hope, and Charity: Benedict XVI on the Theological Virtues*. America: Paulist Press, 2015.
- Veli Matti Karkkainen. *Hope and Community: A Constructive Christian Theology for the Pluralistic World*. USA: Eerdmans Publishing Company, 2017.