



MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA MISI ALLAH: SEBUAH PENDEKATAN KONTEKSTUAL DI ERA DIGITAL

Nathalia Sofia Sarai

Institut Agama Kristen Negeri Manado, nathaliasarai10@gmail.com

Abstrak

Sosial media berperan penting dalam menjalankan misi Allah di era digital. Platform seperti YouTube, Instagram, dan podcast dimanfaatkan untuk menyampaikan Injil secara kreatif, interaktif, dan sesuai konteks, terutama kepada generasi Milenial dan Gen Z. Pesan Injil dapat mencapai audiens yang luas tanpa batasan waktu dan tempat. Namun, penggunaan media ini juga mengharuskan penerapan etika digital dan pemahaman teologi yang tepat agar pesan yang disampaikan tetap selaras dengan nilai-nilai Kristen dan tidak disalahgunakan. Oleh karena itu, gereja harus merencanakan strategi serta pembinaan digital yang baik untuk jemaatnya.

Kata Kunci: Misi Allah, Media Sosial, Era Digital.

Abstract

Social media plays an important role in carrying out God's mission in the digital age. Platforms such as YouTube, Instagram, and podcasts are used to convey the Gospel creatively, interactively, and contextually, especially to the Millennial and Gen Z generations. The Gospel message can reach a wide audience without time and place constraints. However, the use of this media also requires the application of digital ethics and proper theological understanding so that the message conveyed remains in line with Christian values and is not misused. Therefore, the church must plan a good digital strategy and guidance for its congregation.

Keywords: Mission of God, Social Media, Digital Era.

A. PENDAHULUAN

Transformasi teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam hal interaksi sosial, budaya, ekonomi, dan keagamaan. Salah satu dampak besar dari perubahan ini adalah munculnya media sosial sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Media sosial tidak hanya menjadi sarana untuk berbagi informasi atau hiburan, tetapi juga telah berkembang menjadi wadah baru dalam penyebaran nilai, ideologi, bahkan pesan-pesan keagamaan. Hal ini tentu menjadi peluang besar bagi gereja dalam menjalankan tugas perutusannya untuk memberitakan Injil kepada segala bangsa, sebagaimana yang tertulis dalam Amanat Agung Yesus Kristus.

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, gereja ditantang untuk mengubah pendekatan pelayanannya agar relevan dengan situasi zaman. Pendekatan konvensional yang hanya mengandalkan mimbar gereja, kegiatan kebaktian rutin, atau persekutuan tatap muka

kini tidak lagi mencukupi untuk menjangkau generasi baru, terutama generasi Milenial dan Gen Z yang sehari-harinya sangat akrab dengan media digital. Data menunjukkan bahwa mayoritas dari generasi ini lebih sering mengakses informasi melalui platform seperti YouTube, Instagram, podcast, dan berbagai aplikasi media sosial lainnya dibandingkan media cetak atau siaran konvensional. Oleh sebab itu, gereja tidak dapat mengabaikan peran media sosial sebagai sarana utama dalam menjangkau dan mempengaruhi cara berpikir, bertindak, dan beriman generasi masa kini.

Penggunaan media sosial dalam konteks misi Allah memungkinkan pesan Injil disampaikan secara lebih luas, cepat, dan interaktif. Melalui berbagai format konten seperti video khutbah, renungan singkat, podcast rohani, drama Kristen, hingga diskusi teologi online, gereja mampu menjangkau audiens dari berbagai latar belakang budaya, usia, dan lokasi geografis tanpa batasan ruang dan waktu. Selain itu, media sosial memberikan kesempatan kepada jemaat untuk terlibat langsung dalam pelayanan misi melalui pembuatan dan penyebaran konten rohani di akun pribadi mereka, sehingga proses penginjilan menjadi lebih personal, fleksibel, dan menjangkau lingkup yang lebih luas. Namun demikian, pemanfaatan media sosial dalam pewartaan Injil bukan tanpa tantangan. Salah satu tantangan utama adalah potensi penyalahgunaan media sosial untuk kepentingan yang bertentangan dengan nilai-nilai Kekristenan, seperti penyebaran hoaks, ujaran kebencian, pelecehan digital, hingga penyebaran ajaran sesat. Selain itu, muncul pula fenomena "konten instan" yang dangkal secara teologis dan cenderung mengejar popularitas daripada kualitas pewartaan Injil itu sendiri. Oleh sebab itu, diperlukan penguatan pemahaman teologi misi yang benar, etika digital yang baik, serta keterampilan teknologi yang memadai bagi para pelayan gereja dan jemaat, agar penggunaan media sosial betul-betul menjadi alat efektif dalam memperluas misi Allah, bukan sebaliknya menjadi batu sandungan bagi pertumbuhan iman umat. Dalam konteks ini, gereja diharapkan mampu mengembangkan strategi pelayanan berbasis digital secara terencana dan bertanggung jawab. Ini mencakup pembuatan konten yang edukatif, membangun iman, dan mengedepankan nilai-nilai kasih Kristus, sekaligus melatih jemaat agar bijaksana dan selektif dalam menyaring informasi di dunia maya. Gereja juga perlu menyadari bahwa media sosial bukan pengganti persekutuan fisik, melainkan pelengkap yang mendukung tugas pelayanan secara menyeluruh dalam menghadirkan Kerajaan Allah di tengah dunia digital ini.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research). Fokus utama penelitian adalah menganalisis berbagai sumber tertulis yang relevan, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, dan dokumen lainnya, guna membahas peran gereja dalam mengatasi ketimpangan sosial ekonomi. Oleh karena itu, penelitian ini tidak bergantung pada data lapangan, melainkan bertumpu pada telaah literatur secara mendalam. Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran dan pengumpulan sumber-sumber tertulis yang memiliki relevansi terhadap topik penelitian.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Definisi media sosial sebagai alat misi kontemporer

1. Definisi media sosial secara singkat
 - a) Pengertian media sosial

Istilah media sosial terdiri dari dua kata yang memiliki arti masing-masing, yaitu media dan sosial. Media dapat dipahami sebagai sarana yang biasa digunakan untuk menyampaikan informasi, sementara sosial merujuk pada interaksi yang dilakukan oleh masyarakat yang akan berdampak pada komunitas di sekitarnya. Oleh karena itu, media sosial adalah platform online yang mendukung interaksi sosial antar pengguna. Di dalamnya, mereka dapat berbagi, berhubungan, berkomunikasi, dan melakukan berbagai aktivitas lainnya. Saat ini, Instagram, Twitter, Facebook, YouTube, dan TikTok merupakan platform online yang sangat terkenal. Dengan kata lain, media sosial adalah sebuah ruang atau platform di mana orang-orang dapat menggunakan teknologi internet untuk berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain. Platform ini dianggap sebagai cara komunikasi modern yang paling efektif dan berhasil, serta memberikan pengaruh yang signifikan bagi penggunanya.¹

- a) Karakteristik media sosial

Seseorang dapat dikenali melalui sifat atau karakteristik yang dimilikinya; begitu juga dengan media sosial. Untuk mengenali media sosial, kita dapat melihat sejumlah fitur yang ada, di antaranya adalah sebagai berikut: a) User engagement, setiap platform media sosial mengajak orang untuk terlibat dan memberikan tanggapan terhadap sebuah posting atau pesan. Pesan-pesan yang disampaikan bisa diakses atau dibaca oleh banyak orang.

b) Keterbukaan, sebagian besar platform media sosial memberikan kesempatan bagi pengguna untuk berbagi, memilih, memberikan komentar, dan melakukan berbagai hal lainnya. Pengiriman pesan dapat dilakukan dengan cara terbuka tanpa adanya pemantauan.

c) Diskusi, kebanyakan platform media sosial memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi dalam percakapan melalui konten, seperti obrolan dan balasan di antara pengguna. Selain itu, penerima pesan memiliki kebebasan untuk menentukan kapan mereka ingin terlibat.

d) Koneksi melalui media sosial, pengguna dapat berinteraksi dengan orang lain melalui tautan penghubung dan berbagai sumber informasi. Cara mengirimkan pesan di media berbasis online jauh lebih cepat dibandingkan media lain, sehingga banyak informasi bisa terhubung dalam satu media sosial.²

- a) Fungsi dan tujuan media sosial

Media sosial memiliki beberapa peranan penting dalam interaksi sosial, seperti berbagai jenis hubungan yang terjalin antara individu dan orang lain, antara individu dan kelompok, maupun antar kelompok tanpa batasan. Para

¹ Aan; Ambarwaty P.I.P Taturu, 'Media Sosial Sebagai Ruang Berteologi, Upaya Kontekstualisasi Misi Gereja Di Era Digital', *Jurnal Teologi Kristen*, 5.1 (2024), pp. 68–85.

² Taturu, 'Media Sosial Sebagai Ruang Berteologi, Upaya Kontekstualisasi Misi Gereja Di Era Digital'. 74-75

pengguna sosial media dapat dengan mudah saling berinteraksi. Oleh karena itu, sosial media juga berfungsi untuk membangun citra diri, yaitu cara untuk menunjukkan dan mempromosikan diri secara pribadi. Selain itu, sosial media berperan sebagai alat komunikasi.

Tujuan masyarakat dalam menggunakan media sosial dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Menyatakan Diri. Banyak individu yang menggunakan media sosial untuk mengekspresikan diri mereka. Penyaluran diri ini adalah keinginan setiap orang untuk menunjukkan dan memanfaatkan semua kemampuan yang dimiliki. Melalui platform ini, mereka dapat memamerkan bakat atau apa pun yang mereka miliki agar orang lain bisa melihatnya. Saat ini, banyak individu yang menjadi terkenal di dunia maya karena konten mereka menjadi viral.
- b. Komunitas. Media sosial memungkinkan pengguna untuk dengan mudah menciptakan komunitas, sehingga mereka dapat menemukan kelompok tertentu dengan cepat di platform tersebut. Beberapa orang memakai media sosial sebagai tempat untuk berkumpul dan berdiskusi dengan orang lain yang memiliki minat atau bakat yang sama.
- c. Mengembangkan Hubungan. Membangun hubungan antar orang bisa dilakukan dengan cara yang sederhana. Saat ini, beberapa pengguna media sosial telah menemukan pasangan hidup, teman, rekan kerja, dan sahabat di platform tersebut.
- d. Pemasaran. Dengan banyaknya pengguna media sosial, banyak orang juga memanfaatkannya untuk mempromosikan berbagai hal. Saat ini, bisnis online sangat populer. Banyak individu membuka toko di media sosial dan banyak yang berhasil memasarkan produk mereka.³

2. Media sosial sebagai alat untuk misi masa kini

a) Pengertian Misi

Kata "misi" dalam bahasa Latin adalah missio, yang berarti perutusan. Kata missio adalah bentuk substantif dari kata kerja mittere (mitto, missi, missum) yang mempunyai beberapa pengertian dasar: membuang, menembak, membentur mengutus, mengirim membiarkan, membiarkan pergi, melepaskan pergi mengambil/menyadap, membiarkan mengalir (darah). Namun gereja pada dasarnya menggunakan kata mittere dalam pengertian mengutus, mengirim. Dalam Perjanjian Baru, istilah misi atau pengutusan pertama kali digunakan untuk Yesus Kristus. Yesus diutus oleh Tuhan. Tujuannya adalah untuk mengajar, memberitakan Injil mengenai kerajaan surga, serta menyembuhkan setiap penyakit dan kelemahan (Mat. 9:35).⁴ Dalam pemikiran teologi Perjanjian Lama, misi dianggap sebagai suatu konsep yang kurang penting. Misi dapat dilihat sebagai pengiriman pesan ke tempat-tempat yang jauh. Oleh karena itu, pemahaman konsep ini dalam konteks Perjanjian Lama

³ Taturu, 'Media Sosial Sebagai Ruang Berteologi, Upaya Kontekstualisasi Misi Gereja Di Era Digital'. 75-76

⁴ M.Th. Pdt. Dr. Jonar T.H. Situmorang, M.A., *STRATEGI MISI PAULUS*, ed. by ANDI OFFSET Theophylus ziralou, Stevani, Sun punang, Tri Widyatmaka, 1st edn (PBMR ANDI (Penerbit Buku dan Majalah Rohani) Anggota IKAPI, 2020), doi:225. 19.

menjadi cukup menantang. Tidak terdapat bukti yang cukup kuat di dalam Perjanjian Lama yang menunjukkan bahwa orang-orang beriman dikirim oleh Allah (Yahweh) melewati batas geografi Israel atau budaya Yahudi untuk membuat orang lain percaya kepada Yahweh. Bukti yang ada tidak cukup untuk menggambarkan aktivitas di luar wilayah Israel yang bertujuan membawa mereka kepada iman kepada Allah. David Royal Brougham menyatakan bahwa Perjanjian Lama tidak mengandung unsur misi. Sebaliknya, Perjanjian Lama itu sendiri berfungsi sebagai misi di dunia.⁵

b) Media Sosial Sebagai Sarana Misi Allah Di Era Digital

Pelaksanaan misi merupakan tanggung jawab yang diberikan oleh Yesus Kristus kepada semua umat Kristiani. Misi adalah interaksi antara orang-orang yang percaya dan telah dipanggil keluar dari kegelapan dengan mereka yang belum terpengaruh oleh Injil. Gereja seharusnya siap untuk dipimpin oleh Allah dalam menjangkau mereka yang belum mendengar tentang berita Injil dari Kristus. Anggota gereja adalah orang-orang yang secara pribadi telah menerima karunia keselamatan dari Allah. Penginjilan merupakan ungkapan kasih orang percaya kepada Allah dan juga kepada sesama dengan sepenuh hati demi keselamatan manusia dan untuk memuliakan Tuhan, karena mereka diberikan kesempatan untuk menjadi rekan kerja Tuhan. Penginjilan adalah sebuah pelayanan yang teramat mulia, karena ia mengajak setiap orang yang belum mengetahui kabar baik dari surga untuk menyadari dosa mereka, beriman, dan mengalami pertobatan dengan menerima Yesus sebagai Tuhan dan Juruselamat. Mereka percaya sepenuh hati bahwa di dalam Yesus terdapat keselamatan, harapan, dan jaminan hidup yang kekal.⁶

Media sosial adalah salah satu platform yang paling cepat berkembang. Sekitar 70% pengguna internet di seluruh dunia juga terdaftar sebagai pengguna aktif media sosial. Platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, dan aplikasi pesan instan WhatsApp masih sangat populer sampai saat ini. Namun, penggunaan media sosial juga menimbulkan banyak masalah, termasuk pergeseran budaya dari tradisional ke digital. Cahyono juga menyebutkan bahwa kemunculan media sosial telah mengubah pola perilaku masyarakat terkait budaya, etika, dan norma yang ada. Di samping itu, penyalahgunaan media sosial bisa menimbulkan perilaku komunikasi sosial yang negatif. Tidak jarang, orang cenderung mengabaikan orang lain saat berinteraksi karena lebih tertarik pada ponsel (phubbing), terjadi perundungan (bullying), serta pencurian data untuk penipuan. Bahkan, ujaran kebencian (hate speech) sering muncul seiring dengan kebebasan berpendapat di media sosial. Oleh karena itu, masyarakat harus berhati-hati dengan kebebasan berekspresi sambil tetap mempertahankan etika komunikasi yang baik dan pengendalian diri. Kekuatan.⁷ Kekuatan media sosial memiliki dampak pada

⁵ Pdt. Dr. Jonar T.H. Situmorang, M.A., *STRATEGI MISI PAULUS*. 22-23

⁶ Yonatan Alex Arifianto, Sari Saptorini, and Kalis Stevanus, ‘Pentingnya Peran Media Sosial Dalam Pelaksanaan Misi Di Masa Pandemi Covid-19’, *HARVESTER: Jurnal Teologi Dan Kepemimpinan Kristen*, 5.2 (2020), pp. 86–104, doi:10.52104/harvester.v5i2.39.

⁷ Arifianto, Saptorini, and Stevanus, ‘Pentingnya Peran Media Sosial Dalam Pelaksanaan Misi Di Masa Pandemi

masyarakat yang terutama didasarkan pada aspek sosialnya. Ini karena media sosial berfungsi sebagai platform untuk berinteraksi secara online, sehingga memungkinkan individu untuk berhubungan tanpa batasan ruang dan waktu. Dampak dari media sosial sangat signifikan, membuat seseorang yang sebelumnya tidak dikenal bisa menjadi terkenal, dan sebaliknya.⁸

Para pemimpin gereja perlu mengajarkan kepada jemaat agar tetap hatihati menggunakan media sosial, untuk menghindari menjadi penghalang dalam penyebaran Injil melalui platform tersebut. Meskipun media sosial bukan pengganti media lainnya, penggunaan media sosial untuk penginjilan di internet bisa menjadi alternatif yang berguna untuk menjangkau daerah-daerah yang sulit diakses oleh media lain. Penggunaan media sosial untuk penginjilan dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu penginjilan massal dan penginjilan pribadi. Pertama, penginjilan massal terjadi karena informasi mengenai Yesus Kristus bisa disebarluaskan kepada banyak orang secara bersamaan melalui media sosial, tanpa dibatasi oleh usia, ruang, waktu, atau batas negara dan birokrasi. Ini menciptakan banyak peluang untuk membagikan Injil, asalkan konten yang disebar tidak mengandung unsur SARA. Kedua, penginjilan pribadi bisa dilakukan kepada individu, memanfaatkan smartphone dan aplikasi modern. Semua orang percaya, dengan biaya rendah dan jangkauan luas, hampir dapat membangun sarana penginjilan melalui internet dan media sosial. Teknologi yang terus berkembang memungkinkan orang percaya untuk melakukan penginjilan dengan cara-cara serta platform baru, sehingga dapat menjangkau lebih banyak orang di seluruh dunia. Pada dasarnya, media sosial dapat berfungsi sebagai sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan Injil, yang dapat diakses oleh semua orang.⁹ Selain memberikan pengajaran dan pelatihan kepada jemaat dalam menggunakan media sosial untuk tujuan penginjilan, gereja juga dapat melakukan hal lain dalam misi, seperti menyiapkan materi konten yang bisa dibagikan oleh jemaat di media sosial mereka. Gereja perlu menciptakan inovasi untuk menghasilkan strategi penginjilan yang relevan. Setelah ada inovasi yang dihasilkan, perlu adanya keterlibatan aktif dan positif dari para jemaat untuk membuat konten misi di media sosial pribadi mereka. Jika para pemimpin gereja dan jemaat bekerja sama dalam hal ini, bukan tidak mungkin terjadi sebuah gerakan penginjilan yang besar melalui media sosial di Indonesia.

Dengan pemanfaatan media internet, penyampaian Amanat Agung dari Yesus dapat dilakukan dengan efektif. Orang percaya tidak hanya dapat menggunakan internet sebagai alat untuk pelayanan dan pemberitaan Injil yang efisien, tetapi juga bisa menemukan berbagai informasi dan sumber daya yang diperlukan untuk mendukung pelayanan penginjilan secara online. Selain itu, kerjasama yang baik antar gereja dan dukungan doa dari seluruh umat

Covid-19'. 95-96

⁸ Arifianto, Saptorini, and Stevanus, ‘Pentingnya Peran Media Sosial Dalam Pelaksanaan Misi Di Masa Pandemi Covid-19’. 96-97.

⁹ Arifianto, Saptorini, and Stevanus, ‘Pentingnya Peran Media Sosial Dalam Pelaksanaan Misi Di Masa Pandemi Covid-19’. 97-98.

beriman juga meningkatkan efektivitas pelaksanaan misi melalui media sosial. Gereja perlu mencari tenaga yang memiliki pemahaman teologi misi yang benar, karena Tuhan bekerja melalui manusia.¹⁰

b. Analisa Konteks Budaya Digital (Generasi Milenial Dan Gen Z)

Hampir semua kelompok orang saat ini menggunakan teknologi internet untuk saling berinteraksi. Dalam berkomunikasi, ada dua cara pandang yang bisa diambil, yaitu sudut sosial dan sudut teknologi. Dari sudut pandang sosial, komunikasi dapat dilakukan secara langsung antara individu, sedangkan dari sudut teknologi, komunikasi bisa dilakukan melalui media informasi atau internet. Menurut Quarterman dan Mitchell (dalam Herring, Susan C. :1996), internet memberikan berbagai manfaat yang termasuk dalam kategori komunitas. Mereka membagi manfaat internet menjadi empat jenis, yaitu:

- Internet sebagai alat komunikasi adalah manfaat internet yang paling umum, di mana setiap pengguna dapat berinteraksi dengan orang lain di seluruh dunia.
- Media pertukaran informasi, melalui email, newsgroup, FTP, dan www (World Wide Web sebagai jaringan situs web), memungkinkan pengguna di seluruh dunia untuk saling bertukar data dengan cepat dan biaya rendah.
- Media untuk mencari informasi, kemajuan pesat internet menjadikan www sebagai salah satu sumber info yang penting dan terpercaya.
- Manfaat komunitas, internet menciptakan masyarakat baru yang terdiri dari pengguna internet global. Dalam komunitas ini, pengguna dapat berinteraksi, mencari informasi, berbelanja, melakukan bisnis, dan lebih banyak lagi.¹¹

1) Karakteristik Gaya Bahasa di Media Sosial Gaya

Gaya berbahasa di platform media sosial telah mengalami perubahan besar sejalan dengan kemajuan teknologi dan dampak budaya digital. Kelompok usia Milenial dan Gen Z cenderung memilih bahasa yang lebih singkat dan ekspresif sebagai cara untuk beradaptasi dengan komunikasi yang cepat di dunia digital. Penggunaan singkatan seperti "LOL" (tertawa terbahak-bahak), "OMG" (oh Tuhan), atau "BTW" (ngomong-ngomong) telah menjadi bagian dari komunikasi sehari-hari yang membuat penyampaian pesan lebih efisien. Selain itu, fenomena campuran kode dan pengalihan kode semakin sering terlihat, terutama dalam interaksi antar budaya di media sosial. Kombinasi bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris, contohnya "Kamu sudah cek email-nya? " atau "This is so gemoy! ", menjadi strategi komunikasi yang mencerminkan identitas digital generasi muda saat ini. Selain singkatan dan campuran bahasa, elemen nonverbal seperti emotikon, stiker, dan GIF juga memiliki peran penting dalam komunikasi online.

¹⁰ Arifianto, Saptonini, and Stevanus, 'Pentingnya Peran Media Sosial Dalam Pelaksanaan Misi Di Masa Pandemi Covid-19'. 98-99.

¹¹ Shiefti Dyah Alyusi, *MEDIA SOSIAL: INTERAKSI, IDENTITAS DAN MODAL SOSIAL*, ed. by R.A. Gusti. @tambra23, 1st edn (KENCANA (Divisi dari PRENADAMEDIA Group), 2016).

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa emotikon tidak hanya menambah makna sebuah pesan, tetapi juga membantu menjelaskan perasaan yang ingin disampaikan dalam percakapan digital. Kecepatan perubahan dalam bahasa yang digunakan di media sosial dipengaruhi oleh perkembangan tren budaya pop serta algoritma media sosial yang selalu berubah. Kata-kata atau ungkapan baru sering kali muncul dan dengan cepat menjadi terkenal, seperti "gaskeun," "healing," atau "vibes," yang mencerminkan fenomena sosial tertentu. Perkembangan ini mengindikasikan bahwa bahasa di media sosial bersifat fleksibel dan dinamis, mengikuti aliran informasi dan inovasi digital.

2) Kode Campur dan Slang Digital

Fenomena penggunaan kode campur dalam komunikasi digital menjadi bagian penting dari cara generasi muda berbicara di media sosial. Perpaduan bahasa, terutama antara bahasa Inggris dan bahasa Indonesia, muncul secara alami dalam percakapan sehari-hari sebagai cara untuk mengekspresikan diri dan menunjukkan identitas bahasa yang dinamis. Contohnya, dalam kalimat "Aku beneran nggak expect hasilnya bakal kayak gini!", kita bisa lihat bagaimana kata "expect" dalam bahasa Inggris muncul bersama dengan tata bahasa Indonesia. Menurut Rahmawati (2024), fenomena ini tidak hanya mencerminkan globalisasi dalam penggunaan bahasa, tetapi juga menunjukkan keterbukaan generasi muda terhadap pengaruh dari budaya asing. Selain itu, media sosial yang bersifat internasional mempermudah penyebarluasan istilah dari beragam bahasa, sehingga penggunaan kode campur semakin umum di berbagai platform digital seperti Instagram, Twitter, dan TikTok.¹²

3) Perubahan Perilaku Milenial dan Gen Z di Era Digital

Milenial dan Gen Z adalah generasi yang siap mengambil alih kepemimpinan saat ini. Perubahan dalam perilaku mereka akan sangat mempengaruhi arah perkembangan bangsa di masa mendatang. Terlebih lagi, minat yang tinggi dari milenial dan Gen Z untuk aktif di media sosial memainkan peran penting. Interaksi yang berlangsung dalam banyak arah inilah yang membuat remaja bersemangat menggunakan media sosial dalam berinteraksi setiap hari. Berdasarkan pengalaman komunikasi yang dibagikan oleh responden kepada peneliti, terlihat bahwa ada perubahan signifikan yang dirasakan oleh para informan. Dari sepuluh informan yang terdiri dari milenial dan Gen Z, peneliti mengamati kebiasaan digital mereka. Kebiasaan digital mencerminkan seberapa lama mereka menggunakan media dalam satu hari. Minimum, dua generasi ini menghabiskan waktu sekitar empat jam, sedangkan maksimum dapat mencapai delapan belas jam. Angka tertinggi ini luar biasa, menunjukkan bahwa salah satu informan menghabiskan hampir setengah hari bermain dengan perangkatnya. Saat ini, perangkat menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari. Seluruh informan mengkonfirmasi bahwa mereka memerlukan perangkat untuk belajar, bekerja, bersenang-senang, dan berbisnis. Ada juga kebutuhan untuk berbagi di media sosial. Ketika kita membagikan kehidupan kita secara online, kita juga menyebarkan informasi digital

¹² Volume Nomor and Anita Candra Dewi, 'Bahasa Dalam Media Sosial : Kajian Linguistik Digital Terhadap Gaya Bahasa Generasi Milenial Dan Gen Z', 1 (2025), pp. 57–67.

tentang diri kita kepada orang lain dan berkomunikasi dengan publik yang lebih luas. Hasil survei menunjukkan bahwa perubahan dalam perilaku komunikasi muncul dalam beberapa tema, berdasar pada pengalaman dari sepuluh informan. Fenomena perubahan perilaku komunikasi ini terlihat melalui observasi dan wawancara yang mendalam. Awalnya, peneliti berusaha mendeskripsikan dan mengklasifikasikan perubahan perilaku komunikasi dengan spesifik, terutama pada generasi milenial dan dengan cara yang sama untuk Gen Z. Namun, setelah wawancara secara mendalam, terungkap bahwa ada persamaan pengalaman komunikasi di era digital antara kedua generasi tersebut.¹³

c. Peran Konten Digital Dalam Menyampaikan Pesan Injil

1. Podcast

Podcast dalam penginjilan digital sangat penting, terutama di masa ketika teknologi dan media sosial menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Podcast sebagai platform media yang terus tumbuh memberi peluang besar untuk menjangkau penonton dengan cara yang lebih dekat dan pribadi. Penginjilan digital melalui podcast memungkinkan penyampaian pesan Injil dengan cara yang menarik dan relevan, menampilkan kesaksian tentang penyembuhan dan bantuan Tuhan sebagai pengalaman pribadi, sehingga metode ini dapat menunjukkan kuasa Tuhan dalam dunia podcast dan menarik orang yang mengatasi masalah serupa, menjangkau lebih banyak orang. Tentunya, podcast dapat mengreach individu yang mungkin sulit dijangkau melalui metode penginjilan yang lebih klasik.

Salah satu manfaat utama dari podcast adalah kemampuannya untuk menawarkan fleksibilitas. Pendengar dapat menikmati episode podcast kapan saja dan di mana saja, baik ketika melakukan aktivitas sehari-hari, bekerja, atau saat bepergian. Hal ini menjadikan podcast alat yang sangat efektif untuk menjangkau mereka yang memiliki jadwal padat atau yang tidak bisa hadir secara langsung di gereja. Dengan format yang tersedia sesuai permintaan, podcast memberikan kesempatan kepada gereja atau individu untuk menyampaikan pesan Injil melalui berbagai episode, termasuk pengajaran Alkitab, wawancara, cerita kesaksian, atau diskusi tentang teologi. Namun, meskipun podcast memberikan banyak keuntungan, penting untuk memeriksa konten yang disajikan secara hati-hati guna memastikan bahwa informasi tersebut akurat dan sesuai secara teologis sebelum dibagikan.

Podcast menawarkan kebebasan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang lebih santai dan informal, sehingga lebih mudah diterima oleh pendengar yang tidak biasa dengan bahasa gereja. Selain itu, keberadaan podcast diharapkan dapat meningkatkan keakuratan informasi yang disampaikan, membantu masyarakat terhindar dari berita palsu atau hoaks. Dengan memanfaatkan narasi yang kuat melalui storytelling, baik yang bersifat pribadi maupun yang berhubungan dengan sejarah kekristenan, podcast dapat menjadi cara efektif untuk mengenalkan karya keselamatan Yesus dalam penginjilan. Hal ini berpotensi

¹³ Sirajul Fuad Zis, Nursyirwan Effendi, and Elva Ronaning Roem, ‘Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Era Digital’, *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5.1 (2021), pp. 69–87, doi:10.22219/satwika.v5i1.15550.

menyentuh hati pendengar dan membuka kesempatan untuk diskusi yang lebih mendalam tentang iman. Podcast memberikan peluang bagi gereja untuk menyampaikan pesan pengajaran yang relevan dan secara konsisten membimbing jemaat dalam perjalanan iman mereka, menjadikannya alat yang sangat efektif dalam penginjilan dan pengembangan spiritual pada era digital.¹⁴

2. YouTube

YouTube merupakan platform media sosial yang populer di kalangan orang banyak. Ternyata, satu miliar orang di seluruh dunia sudah memakai YouTube, yang berarti sepertiga pengguna internet adalah pengguna platform ini. Sebagian besar orang yang menggunakan YouTube berusia antara 18 hingga 34 tahun, dan lebih dari 70% di antara mereka mengaksesnya melalui perangkat mobile.¹⁵ Konten YouTube memiliki peranan yang signifikan dalam menyebarkan pesan Injil tanpa batas waktu dan tempat. Dengan berbagai jenis konten seperti ceramah, meditasi, diskusi Alkitab, drama religi, dan podcast, Injil dapat disampaikan dengan cara yang kreatif dan relevan untuk berbagai audiens, terutama untuk generasi muda. Selain itu, YouTube menawarkan kesempatan untuk interaksi langsung antara pembuat konten dan audiens, membentuk komunitas spiritual secara digital. Di samping berfungsi sebagai alat penginjilan, YouTube juga berperan sebagai sarana pendidikan dan apologetika yang membantu menerangkan iman Kristen di tengah berbagai tantangan zaman. Dengan penggunaan yang bijak, YouTube dapat menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan Injil secara global dan sesuai konteks.

3. Instagram

Instagram adalah platform media sosial yang paling populer di seluruh dunia. Banyak orang menyukainya karena tidak ada batasan jumlah teman. Selain itu, Instagram menawarkan fitur untuk memposting dan mengedit foto, video pendek, dan boomerang. Setiap hari, aplikasi ini juga memberikan informasi tentang berbagai aspek kehidupan manusia, membantu orang mendapatkan berita dari seluruh dunia. Dengan Instagram, pengguna dapat membaca dan menonton khutbah-khotbah Kristen yang dibagikan oleh para evangelis. Sementara itu, para evangelis juga dapat menyebarkan kabar baik kepada semua orang melalui postingan yang berisi ayat-ayat dari Alkitab, testimoni tentang kebaikan Tuhan, serta video khutbah.¹⁶

¹⁴ Aji Suseno, ‘Peran Podcast Dalam Penginjilan Digital , Upaya Gereja Terhadap Misi Dan Pembentukan Etis Teologis Jemaat Di Era Disrupsi’, 05.01 (2025), pp. 30–42.

¹⁵ David Eko Setiawan, ‘Signifikansi YouTube Sebagai Medium Pewartaan Injil Bagi Generasi Milenial Di Indonesia’, *BIA: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen Kontekstual*, 4.2 (2021), pp. 210–25, doi:10.34307/b.v4i2.190.

¹⁶ Jurnal Mello and Feyby Martince Goha, ‘Penginjilan Berbasis Media Sosial: Suatu Strategi Misi Di Era Digital Serta Relevansinya Dalam Kehidupan Umat Kristen’, *Jurnal Mahasiswa Kristen*, 2.1 (2022), pp. 12–20 <<https://ejournal-iakn-manado.ac.id/index.php/mello/index>>.

d. Etika Penggunaan Media Sosial Dalam Pelayanan Kristen

Sosial media kini memainkan peran krusial dalam kehidupan sehari-hari dan mengganti cara individu, kelompok, serta bisnis saling berhubungan. Evolusi komunikasi digital telah berjalan dari email hingga jaringan sosial, sebelum hadirnya platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Jejak sejarah sosial media mencerminkan kemajuan teknologi dan cara orang berinteraksi serta bertukar informasi.¹⁷ Etika dalam pemanfaatan media sosial perlu dilestarikan agar kita dapat mendapatkan manfaat yang baik, setidaknya sebagai sumber hiburan dan informasi yang akurat. Kehidupan individu sangat dipengaruhi oleh media sosial. Kita harus cerdas dalam menghadapinya dan tidak mengabaikan tanggung jawab dalam kehidupan sehari-hari.¹⁸ Tujuan dari etika ini adalah untuk menciptakan suatu ruang digital yang aman, positif, dan penuh makna, di mana semua pengguna dapat mengekspresikan diri tanpa menimbulkan perselisihan atau merugikan orang lain.¹⁹ Para pemimpin gereja dapat menggunakan platform digital untuk menyebarkan pengajaran yang mencakup nilai-nilai Kristen dalam interaksi di dunia maya. Untuk mendidik jemaat tentang pentingnya etika digital, mereka dapat memanfaatkan berbagai platform yang ada, seperti media sosial, situs web gereja, dan aplikasi gereja. Selain itu, pemimpin gereja dapat mengajarkan cara mempertahankan sikap Kristen saat menggunakan teknologi, serta bagaimana menjaga keseimbangan antara kehidupan online dan offline. Oleh karena itu, sangat penting bagi pendeta untuk memiliki literasi digital demi melaksanakan pengelolaan pastoral yang efektif di dunia berbasis teknologi ini. Ini berarti mereka harus memahami serta menggunakan alat digital untuk misi dan keterlibatan, termasuk media sosial dan platform ibadah online serta layanan pastoral lainnya. Sehingga, pelatihan dan pendidikan digital bagi pemimpin gereja menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa mereka tidak hanya menguasai penggunaan teknologi, tetapi juga mampu membimbing jemaat dalam penggunaannya yang sesuai dengan ajaran Kristus. Ini melibatkan tidak hanya keterampilan teknis, tetapi juga pengembangan pemahaman teologis mengenai cara teknologi dapat digunakan untuk mendukung pelayanan gereja, tanpa mengabaikan esensi ajaran iman. Dengan cara ini, para pemimpin gereja bisa memimpin jemaatnya di dunia digital dengan percaya diri, memastikan bahwa teknologi digunakan untuk memperkuat iman, membangun komunitas, dan menyebarkan kasih Kristus secara global.²⁰

¹⁷ M.M Prasetyo Harisandi, S.M., *BUKU AJAR MEDIA SOSIAL*, ed. by Yuzril Nur Maulana S.Kom, 1st edn (ALLUNCIPTA, 2025). 1.

¹⁸ Faried Effendy. Rahmania Ginting, Agus Yulistiyono, Abdul Rauf, Sardjana Orba Maullang, Albert Lodewyk Sentosa Siahaan, Devi Putri Kussanti, Tri Endi Ardiansyah PS, Tika Ristia Djaya, Aulia Suminar Ayu, *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial : Saring Sebelum Sharing*, ed. by Rifqi Fauzi, Muhammad Iqbal Al-Ghozali, 1st edn (PENERBIT INSANIA Grup Publikasi Yayasan Insan Shoaqidin Gunung Jati Anggota IKAPI, 2021). 12.

¹⁹ M.I.Kom RD.D.Lokita Pramesti Dewi, S.I.KOM., M.Si, Dr. Yohanes Umbu lede, M.Pd, Aninisa Alifia Mantu, S.I.Kom, Popkie Indriyanti Mantu, S.Sos., M.Si, Asep Sutresna, MA, Khusul Amalin, S.I.Kom., M.I.Kom, Dini Anggraani, S.I.Kom., *BUKU AJAR CYBER PUBLIC RELATIONS*, ed. by Ida Kumala Sari Sepriano, Efrita, 1st edn (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024). 44.

²⁰ Yonatan Alex Arifianto and others, ‘Meningkatkan Efektivitas Kepemimpinan Kristen Di Dunia Digital : Upaya Pemimpin Gereja Dalam Membentuk Etika Digital Bagi Jemaat’, 6.1 (2024), pp. 77–88.

e. Risiko Penyalagunaan Media Sosial Dalam Pelayanan Rohani

Seiring berjalananya waktu, ketergantungan individu terhadap smartphone semakin meningkat, yang mengakibatkan perubahan dalam cara orang berinteraksi sosial. Hal ini diungkapkan dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh perusahaan mobile fury. Dalam studi lain, Tenchmark menunjukkan bahwa para pengguna smartphone yang terobsesi memeriksa alat mereka sekitar 1. 500 kali dalam sehari. Gadget atau smartphone kini menjadi hal yang lebih penting bagi orang-orang dalam kehidupan sehari-hari dibandingkan dengan berinteraksi langsung dengan orang lain atau membangun hubungan dengan lingkungan mereka.²¹ Penyalahgunaan media sosial terjadi karena penggunaan yang bebas. Salah satu bentuk penyalahgunaan yang banyak terjadi saat ini adalah cyberbullying. Dalam beberapa tahun terakhir, tindakan cyberbullying telah meningkat. Bullying ini dilakukan melalui berbagai media elektronik, seperti media sosial, permainan online, atau pesan serta gambar yang dikirim lewat ponsel.

Media sosial memudahkan orang untuk melakukan cyberbullying. Mereka dapat memposting komentar yang menyakitkan atau membagikan foto orang lain untuk membuat mereka merasa terintimidasi dan merusak reputasi mereka. Hal ini menyebabkan korban merasa terluka dan malu, sementara pelaku merasa puas dan bahagia karena berhasil mencapai tujuannya.²²

Walaupun media sosial memberikan banyak keuntungan, gereja menghadapi beberapa kesulitan dalam penerapannya. Tantangan utama yang ditemukan dalam penelitian ini adalah bagaimana cara mempertahankan kualitas konten yang dibagikan di media sosial. Banyak pemimpin gereja menyatakan bahwa dengan kecepatan dan kemudahan akses yang dimiliki media sosial, orang sering kali lebih suka membaca atau menonton materi rohani tanpa memperhatikan konteks atau kedalaman ajarannya. Hal ini dapat menyebabkan kesalahan dalam memahami informasi atau pemahaman yang salah tentang ajaran gereja. Misalnya, banyak jemaat yang hanya melihat kutipan dari Alkitab atau renungan singkat tanpa mengeksplorasi lebih dalam tentang makna dari ajaran tersebut²³

Dampak buruk lain dari pemakaian gadget adalah perubahan perilaku yang bisa mengakibatkan ketidakstabilan emosi. Seorang anak bisa mudah marah dan sering menangis. Ketidakstabilan emosi ini dapat membuatnya sulit untuk berkonsentrasi dalam berdoa dan beribadah kepada Tuhan. Penelitian yang dilakukan oleh Pelawi, Hutagalung, dan Ferinia Rolyana pada tahun 2021 menunjukkan bahwa banyak remaja lebih memilih menggunakan gadget daripada berdoa, dan ada penurunan dalam pertumbuhan spiritual anak setelah mereka memiliki gadget. Untuk itu, Hasibuan dan Darlis mengungkapkan bahwa sangat penting bagi orang tua untuk

²¹ Ahmad Asy'ari. Azkiya Izzati, Doruton Nikmah, Evi Nur, Rinda Isnina, Marcella Sholikhah, Sayidetinal Aisah, Muhammad Azizi, Ilma Akh'rubi, Siti Sofiatun, *ANALISIS DAMPAK TEKNOLOGI MODERN TERHADAP MASALAH LINGKUNGAN*, ed. by M.Kes. Nanang Qosim, M.Pd, Hj. Nur Khasanah, 1st edn (CV. ALINEA MEDIA DIPANTARA, 2022).

²² Kus Rizkianto. Eka Rizkiyant, Fajar Ari Sudewo, *Penegakan Hukum Tindak Pidana Cyberbullying Melalui Media Elektronik*, 1st edn (penerbit NEM, 2024). 29.

²³ Christian Eko Wior, 'TRANSFORMASI PELAYANAN PASTORAL MELALUI SOSIAL MEDIA', 2.1 (2025), pp. 44–51.

²⁴ Juwinner Kasingku and Alan Hubert Frederick Sanger, 'Dunia Digital vs Dunia Rohani: Dilema Dalam Pertumbuhan Anak', *Journal of Education Research*, 4.3 (2023), pp. 1325–30, doi:10.37985/jer.v4i3.476.

membimbing anak-anak dalam beribadah kepada Tuhan. Salah satu dampak negatif dari penggunaan gadget secara berlebihan adalah siswa cenderung mengabaikan kewajiban ibadah dan lebih memilih bermain game atau menonton YouTube di gadget mereka.²⁴

D. KESIMPULAN

Penggunaan media sosial sebagai saluran untuk misi Allah di zaman digital menunjukkan peluang besar dalam menyebarkan Injil dengan cara yang luas, inovatif, dan sesuai kebutuhan. Platform seperti YouTube, Instagram, dan podcast bukan hanya alat untuk menyampaikan pesan rohani, tetapi juga menciptakan komunitas online yang merangsang keterlibatan aktif antara pengkhotbah, gereja, dan audiens di seluruh dunia. Media ini dapat melampaui batas-batas ruang dan waktu, menjangkau generasi Milenial dan Gen Z yang terbiasa dengan teknologi digital.

Namun, di balik peluang ini, ada tantangan yang perlu dihadapi, seperti penyebaran konten yang dangkal, penyalahgunaan media untuk tujuan yang bertentangan dengan nilai Kristen, dan munculnya budaya serba instan yang dapat mengaburkan makna dari pewartaan Injil. Oleh karena itu, gereja harus memberikan anggota jemaat pemahaman yang baik tentang literasi digital, teologi yang tepat, dan etika bermedia sosial yang sehat, supaya media digital bisa benarbenar menjadi sarana untuk memuliakan Tuhan dan meningkatkan pelayanan misi dengan efektif.

Melalui strategi yang tepat, inovatif, dan kontekstual, penggunaan media sosial dapat menjadi jalan baru dalam pelaksanaan Amanat Agung Yesus Kristus, membawa kabar keselamatan kepada lebih banyak orang dengan cara yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik zaman ini.

DAFTAR PUSTAKA

Arifianto, Yonatan Alex, and others, 'Meningkatkan Efektivitas Kepemimpinan Kristen Di Dunia Digital: Upaya Pemimpin Gereja Dalam Membentuk Etika Digital Bagi Jemaat', 6.1 (2024), pp. 77–88

Arifianto, Yonatan Alex, Sari Saptorini, and Kalis Stevanus, 'Pentingnya Peran Media Sosial Dalam Pelaksanaan Misi Di Masa Pandemi Covid-19', HARVESTER: Jurnal Teologi Dan Kepemimpinan Kristen, 5.2 (2020), pp. 86–104, doi:10.52104/harvester.v5i2.39

Azkiya Izzati, Doruton Nikmah, Evi Nur, Rinda Isnina, Marcella Sholikhah, Sayidetinal Aisah, Muhammad Azizi, Ilma Akh'ruvi, Siti Sofiatun, Ahmad Asy'ari., ANALISIS DAMPAK TEKNOLOGI MODERN TERHADAP MASALAH LINGKUNGAN, ed. by M.Kes. Nanang Qosim, M.Pd, Hj. Nur Khasanah, 1st edn (CV. ALINEA MEDIA DIPANTARA, 2022)

Eka Rizkiyant, Fajar Ari Sudewo, Kus Rizkianto., Penegakan Hukum Tindak Pidana Cyberbullying Melalui Media Elektronik, 1st edn (penerbit NEM, 2024)

Kasingku, Juwinnen, and Alan Hubert Frederick Sanger, 'Dunia Digital vs Dunia Rohani: Dilema Dalam Pertumbuhan Anak', Journal of Education Research, 4.3 (2023), pp. 1325–30, doi:10.37985/jer.v4i3.476

Mello, Jurnal, and Feyby Martince Goha, 'Penginjilan Berbasis Media Sosial: Suatu Strategi Misi Di Era Digital Serta Relevansinya Dalam Kehidupan Umat Kristen', Jurnal Mahasiswa Kristen, 2.1 (2022), pp. 12–20 <<https://ejournal-iaknmanado.ac.id/index.php/mello/index>>

Anita Candra Dewi, 'Bahasa Dalam Media Sosial: Kajian Linguistik Digital Terhadap Gaya Bahasa Generasi Milenial Dan Gen Z', 1 (2025), pp. 57–67

Pdt. Dr. Jonar T.H. Situmorang, M.A., M.Th., STRATEGI MISI PAULUS, ed. by ANDI OFFSET Theophylus ziralou, Stevani, Sun punang, Tri Widyatmaka, 1st edn (PBMR ANDI (Penerbit Buku dan Majalah Rohani) Anggota IKAPI, 2020), doi:225

Prasetyo Harisandi, S.M., M.M, BUKU AJAR MEDIA SOSIAL, ed. by Yuzril Nur Maulana S.Kom, 1st edn (ALUNGCIPTA, 2025)

Rahmanita Ginting, Agus Yulistiyono, Abdul Rauf, Sardjana Orba Maullang, Albert Lodewyk Sentosa Siahaan, Devi Putri Kussanti, Tri Endi Ardiansyah PS, Tika Ristia Djaya, Aulia Suminar Ayu, Faried Effendy., Etika Komunikasi Dalam Media Sosial : Saring Sebelum Sharing, ed. by Rifqi Fauzi, Muhammad Iqbal AlGhozali, 1st edn (PENERBIT INSANIA Grup Publikasi Yayasan Insan Shoqidin Gunung Jati Anggota IKAPI, 2021)

RD.D.Lokita Pramesti Dewi, S.I.KOM., M.Si, Dr. Yohanes Umbu lede, M.Pd, Aninisa Alifia Mantu, S.I.Kom, Poppie Indriyanti Mantu, S.Sos., M.Si, Asep Sutresna, MA, Khusul Amalin, S.I.Kom., M.I.Kom, Dini Anggraani, S.I.Kom., M.I.Kom, BUKU AJAR CYBER PUBLIC RELATIONS, ed. by Ida Kumala Sari Sepriano, Efrita, 1st edn (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024)

Setiawan, David Eko, 'Signifikansi YouTube Sebagai Medium Pewartaan Injil Bagi Generasi Milenial Di Indonesia', BIA: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen Kontekstual, 4.2 (2021), pp. 210–25, doi:10.34307/b.v4i2.190

Shiefti Dyah Alyusi, MEDIA SOSIAL: INTERAKSI, IDENTITAS DAN MODAL SOSIAL, ed. by R.A. Gusti. @tambra23, 1st edn (KENCANA (Divisi dari PRENADAMEDIA Group), 2016)

Suseno, Aji, 'Peran Podcast Dalam Penginjilan Digital , Upaya Gereja Terhadap Misi Dan Pembentukan Etis Teologis Jemaat Di Era Disrupsi', 05.01 (2025), pp. 30– 42

Taturu, Aan; Ambarwaty P.I.P, 'Media Sosial Sebagai Ruang Berteologi, Upaya Kontekstualisasi Misi Gereja Di Era Digital', Jurnal Teologi Kristen, 5.1 (2024), pp. 68–85

Wior, Christian Eko, 'TRANSFORMASI PELAYANAN PASTORAL MELALUI SOSIAL MEDIA', 2.1 (2025), pp. 44–51

Zis, Sirajul Fuad, Nursyirwan Effendi, and Elva Ronaning Roem, 'Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Era Digital', Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial, 5.1 (2021), pp. 69–87, doi:10.22219/satwika.v5i1.15550