



Kontekstualisasi Pelayanan Pemuda Di Era Digital

Yeremiati Octavia

Sekolah Tinggi Teologi Immanuel Sintang, Kal-bar, Indonesia

Email: yeremiati.octavia17@yahoo.co.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah merevolusi cara generasi muda berinteraksi, mengakses informasi, dan membentuk identitas spiritualnya. Gereja sebagai institusi keagamaan menghadapi tantangan sekaligus peluang untuk mentransformasi pelayanannya agar relevan dengan kultur digital generasi milenial dan Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi iman yang efektif kepada kaum muda di era digital, dengan fokus pada pendekatan kontekstualisasi pesan, penyajian konten singkat dan visual, serta pemberdayaan *influencer* Kristen muda sebagai agen komunikasi iman. Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan dengan pendekatan analisis isi kualitatif, melalui penelaahan artikel ilmiah, konten media digital, serta program pelayanan gereja daring. Hasil kajian menunjukkan bahwa pelayanan digital yang efektif harus memperhatikan karakteristik konsumsi media kaum muda yang cenderung singkat, visual, dan interaktif. Konten seperti video pendek, *storytelling* naratif, meme spiritual, hingga mikro khutbah terbukti lebih diterima dan memicu refleksi spiritual yang lebih dalam. Selain itu, *platform* yang digunakan harus selaras dengan preferensi media generasi muda seperti Instagram, TikTok, dan YouTube Shorts, disertai format interaktif yang menciptakan ruang dialog spiritual. Yang tak kalah penting, gereja perlu membina *influencer* Kristen muda yang dapat menyampaikan pesan iman secara otentik dalam ruang digital mereka sendiri, melalui pelatihan teologis dan komunikasi digital yang etis. Kesimpulannya, pelayanan digital bukan sekadar sarana distribusi informasi rohani, tetapi medium yang harus dirancang secara strategis dan kontekstual untuk menyentuh spiritualitas generasi muda. Pendekatan ini menuntut gereja untuk berpindah dari model pelayanan konvensional ke pola komunikasi iman yang real-time, partisipatif, dan relevan secara budaya serta psikologis. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan model pelayanan digital yang membumi, inklusif, dan berdampak secara spiritual dalam lanskap kehidupan generasi muda Indonesia saat ini.

Kata kunci: pelayanan digital, generasi Z, kontekstualisasi, *influencer* Kristen

Pendahuluan

Transformasi teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara hidup masyarakat global, termasuk dalam aspek kehidupan spiritual. Kehadiran internet, media sosial, dan platform digital lainnya telah mengubah pola komunikasi, interaksi sosial, serta cara individu memahami dan mengekspresikan identitas keagamaannya. Perubahan ini paling nyata terlihat pada generasi milenial dan Generasi Z yang lahir dan tumbuh dalam lingkungan digital.

Di Indonesia, generasi muda merupakan kelompok demografis terbesar pengguna internet dan media sosial generasi muda adalah generasi yang hidupnya sangat memiliki ketergantungan dan kedekatan dengan media sosial (Tobi et al., 2024, p. 131). Mereka hidup dalam realitas yang sangat dipengaruhi oleh teknologi, mulai dari aktivitas belajar, bekerja,

hingga aktivitas ibadah. Gereja, sebagai institusi spiritual dan sosial, menghadapi tantangan besar untuk menjawab kebutuhan generasi ini. Pertanyaannya adalah: apakah pelayanan gereja, terutama dalam penginjilan dan pemuridan, sudah bertransformasi secara digital dan kontekstual untuk menjangkau generasi muda?

Fenomena keterlibatan generasi muda dalam kehidupan digital memunculkan peluang besar bagi gereja untuk melakukan pelayanan melalui media yang akrab dengan mereka. Namun, penggunaan teknologi dalam konteks pelayanan gereja tidak bisa dilakukan secara sembarangan atau reaktif. Pelayanan digital harus dirancang dengan pendekatan strategis, kontekstual, dan relevan, agar tidak hanya menjangkau secara teknis tetapi juga mampu membawa transformasi spiritual yang sejati (Diana et al., 2023).

Penelitian oleh Ekoliesanto et al. (2022) menunjukkan bahwa digital *ministry* di kalangan Gereja Baptis memiliki korelasi positif dan signifikan dengan spiritualitas kaum muda. Dalam studi kuantitatif tersebut, ditemukan bahwa kualitas pelayanan digital, baik dalam bentuk konten maupun interaksi *virtual*, berdampak nyata terhadap pemahaman iman, pertumbuhan rohani, dan partisipasi aktif kaum muda dalam kehidupan gereja. Penelitian ini menekankan bahwa gereja yang secara serius membangun pelayanan digital, termasuk media sosial dan *platform* daring lainnya, mampu menciptakan kedekatan spiritual dan memperkuat identitas keimanan generasi muda.

Namun demikian, potensi digital *ministry* seringkali tidak dimanfaatkan secara maksimal oleh banyak gereja, terutama di tingkat lokal. Penelitian Banjarnahor et al. (2025) mengidentifikasi beberapa tantangan utama dalam implementasi teknologi digital dalam pembinaan remaja gereja, antara lain keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya pelatihan digital di kalangan pelayan gereja, serta belum adanya strategi pelayanan digital yang terstruktur dan terukur. Akibatnya, pelayanan digital yang dilakukan cenderung bersifat reaktif, tidak konsisten, dan tidak menyasar kebutuhan spiritual generasi muda secara mendalam.

Tantangan ini semakin kompleks ketika pendekatan pemuridan yang selama ini bersifat tradisional tidak lagi efektif menjangkau generasi digital natif. Kusni (2024) menyatakan bahwa pemuridan generasi muda Kristen membutuhkan transformasi pendekatan, dari metode klasikal ke metode berbasis digital. *Platform* seperti YouTube, Instagram, dan podcast rohani dinilai mampu menyampaikan nilai-nilai iman dengan gaya bahasa dan bentuk komunikasi yang akrab dengan Gen Z. Penelitian ini menekankan pentingnya kurikulum pemuridan digital yang bersifat personal, interaktif, dan visual agar mampu menyentuh kedalaman spiritual tanpa kehilangan substansi teologis.

Lebih jauh lagi, Nani et al. (2025) menyoroti pentingnya pelayanan kontekstual yang dirancang berdasarkan karakteristik Generasi Z. Dalam studinya, ditemukan bahwa pelayanan yang kontekstual, yakni yang menyelaraskan antara kebutuhan spiritual dengan budaya digital generasi muda, memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan partisipasi mereka dalam gereja. Penelitian ini mengusulkan tiga pendekatan strategis: (1) pelayanan berbasis kolaborasi antargenerasi dan antar *platform*; (2) pelayanan berbasis kebutuhan (*need-based ministry*); dan (3) pelayanan berbasis teknologi, seperti pemanfaatan media

sosial, aplikasi interaktif, dan layanan daring. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan pelayanan gereja digital bergantung pada kemampuan gereja memahami kultur dan psikologi digital generasi muda, serta kesiapan untuk beradaptasi.

Dari keempat penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan digital bukan hanya tren sementara, tetapi kebutuhan mendesak yang harus ditanggapi gereja dengan serius dan sistematis. Di satu sisi, teknologi memberikan peluang besar untuk menjangkau generasi muda dengan cara yang relevan dan efektif. Di sisi lain, tanpa pemahaman yang mendalam dan strategi yang tepat, gereja bisa gagal menyampaikan pesan-pesan injil secara bermakna. Gereja perlu memahami bahwa generasi muda saat ini tidak hanya membutuhkan akses informasi rohani, tetapi juga pengalaman spiritual yang otentik, interaktif, dan menyentuh kehidupan sehari-hari mereka. Oleh karena itu, digital *ministry* harus dirancang tidak hanya sebagai sarana penyebaran informasi, melainkan sebagai wadah pembentukan spiritualitas, pemuridan, dan partisipasi aktif dalam kehidupan gereja.

menegaskan pentingnya pelayanan digital, fokus mereka belum menyentuh secara langsung. Dalam berbagai penelitian terdahulu, pelayanan digital kepada generasi muda telah dibahas secara luas, khususnya mengenai pengaruh media sosial dan *platform* daring terhadap pertumbuhan spiritual dan partisipasi jemaat muda. Misalnya, Ekoliesanto et al. (2022) menyoroti korelasi positif antara pelayanan digital gereja dan spiritualitas remaja, sementara Darmawan et al. (2024) fokus pada pemuridan digital berbasis mentoring melalui WhatsApp dan Zoom. Di sisi lain, Simamora (2024) mengulas pemanfaatan TikTok sebagai sarana pelayanan remaja, meski masih terbatas pada efektivitas teknis konten. Meski ketiga studi ini bagaimana pesan teologis, khususnya tentang Allah dan kebesaran-Nya, dikomunikasikan secara kontekstual dan komunikatif kepada generasi muda, maupun bagaimana gereja dapat melahirkan agen-agen komunikasi iman digital seperti “*influencer*” Kristen.

Penelitian ini menyoroti dimensi yang belum banyak digarap oleh studi sebelumnya, yaitu bagaimana teknologi dan media digital tidak hanya dijadikan sarana distribusi informasi, tetapi juga sebagai medium kontekstual untuk menyampaikan pesan tentang Allah dan kebesaran-Nya dengan cara yang dapat dipahami dan diterima oleh generasi muda. Selain itu, penelitian ini menekankan pentingnya penyajian pesan iman dalam format yang mudah diakses, komunikatif, dan sesuai dengan karakteristik digital *native*, menggunakan konten singkat, visual, serta interaktif. Lebih dari itu, fokus penelitian ini juga mencakup upaya strategis untuk membentuk dan membina “*influencer*” Kristen, yaitu figur-figur muda yang dapat menyampaikan nilai-nilai Kristiani melalui *platform* digital secara otentik dan berdampak. Pendekatan ini menunjukkan arah baru dalam pelayanan digital, yakni pelayanan yang tidak hanya menjangkau *audiens*, tetapi juga memampukan generasi muda untuk menjadi pelayan di ruang digital mereka sendiri.

Metode Penelitian

Penelitian ini paling sesuai menggunakan metode studi kepustakaan dengan pendekatan analisis isi kualitatif. Dalam metode ini, peneliti tidak melakukan pengumpulan

data langsung dari lapangan, melainkan menggali dan menganalisis data sekunder yang telah dipublikasikan dalam bentuk artikel ilmiah, dokumen digital, laporan gereja, serta konten media digital aktual seperti video rohani, unggahan media sosial, atau podcast Kristen. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengamati tren, strategi komunikasi, dan pendekatan kontekstual dalam pelayanan digital tanpa harus melakukan wawancara atau observasi langsung (Adlini et al., 2022). Analisis ini sangat relevan dengan tujuan penelitian, yakni memahami bagaimana pesan iman dikomunikasikan kepada generasi muda secara kontekstual dan bagaimana figur *influencer* Kristen muncul sebagai agen pelayanan digital.

Langkah-langkah utama dalam penelitian ini meliputi: Pertama, identifikasi dan seleksi sumber data sekunder seperti jurnal ilmiah, video pelayanan digital, artikel, atau program gereja daring yang relevan; Kedua, pengkodean dan kategorisasi isi berdasarkan tema utama seperti kontekstualisasi pesan, strategi penyajian, dan peran *influencer*; Ketiga, analisis tematik untuk menemukan pola-pola komunikasi iman yang sesuai dengan karakteristik generasi muda; Dan keempat, penyimpulan makna dan implikasi strategis berdasarkan hasil temuan. Pendekatan ini telah digunakan dalam berbagai kajian teologi digital dan komunikasi agama di era *modern*, dan sangat efektif untuk mengkaji fenomena pelayanan digital secara reflektif dan kritis tanpa keterlibatan langsung di lapangan.

Hasil dan Pembahasan

Dampak Era Digital terhadap Pola Aktivitas dan Pelayanan Kaum Muda

Era digital telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Transformasi digital ini tidak hanya memengaruhi cara manusia bekerja, berkomunikasi, dan mendapatkan informasi, tetapi juga membentuk pola perilaku sosial dan psikologis terutama di kalangan generasi muda. Digitalisasi telah menjadi medium utama dalam hampir seluruh aktivitas keseharian, menjadikan penggunaan teknologi internet tidak lagi sekadar alat bantu, melainkan bagian integral dari identitas dan cara hidup kaum muda (Winarko, 2023). Dalam konteks Indonesia, data statistik terbaru menunjukkan bahwa kaum muda, khususnya yang berusia antara 15 hingga 30 tahun, menjadi pengguna teknologi digital yang paling dominan. Survei oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024) mengungkapkan bahwa sekitar 80% pengguna internet nasional berasal dari kelompok usia ini, yang menunjukkan adopsi teknologi sangat cepat dan menyeluruh. Kaum muda tidak hanya menggunakan internet untuk hiburan dan komunikasi, tetapi juga sebagai sumber utama mendapatkan informasi, pendidikan, serta pengembangan diri (Priwati & Helmi, 2021). Penelitian Kesuma dan Kalifia (2024) menyimpulkan bahwa media sosial secara signifikan memengaruhi tingkat kecemasan pada remaja.

Perubahan pola aktivitas ini juga membawa konsekuensi sosial dan psikologis yang kompleks. Kaum muda yang sangat tergantung pada teknologi digital cenderung menunjukkan tingkat kecemasan dan depresi yang lebih tinggi dibandingkan generasi sebelumnya. Hal ini terutama dipengaruhi oleh eksposur intensif terhadap media sosial, di mana tekanan untuk selalu tampil sempurna dan mengikuti tren terkini menyebabkan stres psikologis. Studi yang

dilakukan pada pengguna media sosial muda di Indonesia mengungkapkan bahwa tingkat kecemasan digital (*digital anxiety*) menjadi fenomena nyata yang memerlukan perhatian serius dari berbagai pihak, termasuk institusi pelayanan sosial dan keagamaan (Alfaridzi et al., 2024). Karakteristik rasa ingin tahu yang tinggi dari kaum muda justru dapat menjadi peluang sekaligus tantangan. Secara positif, rasa ingin tahu ini memicu eksplorasi dan penguasaan teknologi yang cepat, memungkinkan kaum muda mengakses berbagai sumber pengetahuan dan jejaring sosial yang luas. Namun di sisi lain, tanpa pembinaan yang tepat, rasa ingin tahu yang tidak terarah bisa membuat mereka rentan terhadap informasi negatif, miss-informasi, atau konten yang berpotensi merusak psikologis dan moral mereka.

Dalam konteks pelayanan gereja, perubahan ini menuntut pendekatan yang lebih adaptif dan responsif. Pelayanan yang hanya menggunakan metode tradisional berpotensi tidak efektif karena tidak sesuai dengan cara komunikasi dan gaya hidup kaum muda saat ini. Memahami karakteristik penggunaan teknologi, pola interaksi digital, dan tantangan psikologis yang dihadapi kaum muda menjadi sangat penting dalam merancang pelayanan yang relevan dan berdampak (Hia, 2023). Dengan pendekatan yang tepat, gereja dapat memanfaatkan media digital sebagai sarana untuk menjangkau, mendukung, dan membina kaum muda secara lebih luas dan efektif. Pelayanan digital yang efektif harus memperhatikan aspek kultural dan psikologis generasi muda. Konteks sosial digital mereka menuntut penyampaian pesan yang tidak hanya informatif, tetapi juga membangun empati, dukungan mental, dan penguatan identitas keagamaan yang sehat. Pelayanan yang responsif terhadap kondisi ini mampu menjadi ruang aman bagi kaum muda untuk bertumbuh secara spiritual sekaligus mendapat dukungan menghadapi tantangan dunia digital.

Lebih jauh, perubahan pola interaksi yang dipicu oleh teknologi digital juga menggeser paradigma komunikasi pastoral dan misi. Digitalisasi membuka peluang kolaborasi lintas komunitas dan memperluas jaringan gereja dalam menjangkau kaum muda yang tersebar geografisnya. Namun demikian, hal ini juga menuntut strategi komunikasi yang lebih kreatif dan adaptif agar pesan iman dapat tersampaikan dengan efektif dan dapat diterima oleh audiens muda yang sangat selektif dan kritis terhadap konten digital (Arifianto & Tiwa, 2024). Dalam rangka menyikapi realitas tersebut, penelitian ini menegaskan bahwa pelayanan gereja di era digital harus fokus pada: Pertama, memahami pola penggunaan teknologi oleh kaum muda secara mendalam. Kedua, membangun konten digital yang sesuai dengan karakter psikologis dan kebutuhan informasi mereka. Ketiga, mengembangkan strategi pelayanan yang mampu menjawab tantangan psikologis seperti depresi dan kecemasan yang kerap dialami kaum muda akibat tekanan digital. Dengan cara ini, pelayanan tidak hanya relevan secara teknologi, tetapi juga bermakna secara spiritual dan sosial.

Kebutuhan Inovasi Pelayanan Digital untuk Kaum Muda

Generasi muda saat ini adalah bagian dari komunitas *digital-native*, di mana eksistensi mereka terkait erat dengan perangkat digital dan akses internet. Di Indonesia, gereja menghadapi tantangan serius: kehilangan relevansi jika tidak mampu menyesuaikan pelayanan dengan kehidupan kaum muda yang sangat terhubung secara digital. Salah satu

penelitian berbasis kajian literatur menggarisbawahi bahwa strategi pelayanan yang tidak responsif terhadap dinamika digital dapat menyebabkan keterlemahan spiritual dan keterlibatan jemaat muda justru menurun (Tonis et al., 2024). Untuk menjawab tantangan ini, inovasi pelayanan digital menjadi kebutuhan mendesak, gereja harus menyusun pendekatan kontekstual yang memasukkan konteks digital ke dalam cara menyampaikan pesan iman.

Pendekatan kontekstualisasi adalah usaha untuk memahami konteks kehidupan manusia secara luas dalam berbagai aspek kehidupan, dengan tujuan agar pemberitaan Injil dapat dilakukan dengan baik dan dipahami secara tepat oleh setiap orang yang mendengarnya (Tomatala, 2003). Dalam pelayanan digital memperoleh pijakan teoritis dari prinsip bahwa pemberitaan Injil harus disesuaikan dengan kondisi budaya dan gaya hidup pendengar agar menjadi relevan dan mudah dicerna. Salah satu studi kasus kontemporer menegaskan bahwa transformasi media digital dalam pelayanan katekese menuntut keterlibatan audiens melalui konten yang interaktif, visual, dan relevan konteks kehidupan sehari-hari kaum muda (Arifianto & Tiwa, 2024). Temuan ini sejalan dengan penekanan kebutuhan kontekstualisasi pesan, tidak cukup hanya menerjemahkan teks Injil, tetapi harus adaptif terhadap medium dan bahasa digital yang dipahami mudah oleh generasi muda era ini.

Lebih lanjut, studi literatur mengenai strategi pelayanan misi kepada Generasi Z menekankan tiga inovasi utama: pertama, penggunaan konten spiritual melalui sosial media karena Generasi Z menghabiskan banyak waktu di sana; kedua, aktivitas spiritual daring yang kreatif dan inovatif; ketiga, keterlibatan Generasi Z dalam pelayanan sebagai agen aktif sebagai *influencer* atau peserta program (Ostawa et al., 2023). Temuan ini memperkuat urgensi membangun pelayanan gereja yang bukan hanya berbicara kepada audiens, tetapi juga memberdayakan audiens muda sebagai pengirim pesan ke sesama. Sementara itu, kajian tentang pemanfaatan teknologi digital untuk efektivitas penginjilan dan pemuridan menunjukkan bahwa *platform* sosial media, *storytelling digital*, dan keterlibatan *influencer* Kristen dapat meningkatkan efektivitas pelayanan digital terhadap generasi Z. Namun penting pula memperhatikan risiko seperti misinformasi dan dangkalnya kedalaman *spiritual* jika pesan tidak dikelola secara kontekstual dan bijaksana (Wiryaningsih & Marbun, 2025). Hal ini menegaskan bahwa inovasi pelayanan digital tidak semata soal teknologi, tetapi juga tentang tata kelola konten (*content governance*), kecermatan teologis, dan format yang sesuai dengan pengguna muda.

Strategi digital *ministry* yang efektif bagi kaum muda juga dibahas dalam artikel berbasis survei penetrasi internet Indonesia 2024. Penelitian tersebut menegaskan bahwa generasi Z lebih responsif terhadap konten visual singkat seperti video TikTok, Instagram, atau YouTube. Gereja ditegaskan perlu merancang layanan misi digital yang menggunakan format konten pasien, singkat, interaktif, dan tetap teologis; serta diintegrasikan ke dalam platform yang mereka gunakan sehari-hari (Wiyono et al., 2025). Oleh karena itu, pelayanan digital tidak cukup dengan mengunggah rekaman khutbah panjang ke YouTube; melainkan perlu menghadirkan konten yang dirancang khusus untuk kebiasaan konsumsi informasi generasi muda, misalnya mikro-video refleksi rohani, infografis ayat, atau sesi tanya jawab interaktif.

Lebih jauh lagi, dalam ranah kajian digital ministry lintas konteks, Gereja Gradasi Bekasi sebagai studi kasus menunjukkan bahwa gereja yang membangun pelayanan digital *hybrid*, menggabungkan ibadah daring dengan interaksi komunitas secara luring, mampu meningkatkan keterlibatan jemaat muda. Tetapi tantangan tetap muncul, khususnya dalam menjaga kualitas spiritualitas dan kesiapan *internal* gereja untuk mengelola inovasi digital yang berkelanjutan. Model hibrida ini memperlihatkan bahwa pelayanan digital tidak boleh berdiri sendiri, melainkan harus terintegrasi dengan komunitas fisik demi dampak pelayanan yang lebih holistik (Nole, 2023).

Dengan landasan akademis tersebut, penelitian ini menekankan tiga aspek inovasi krusial dalam pelayanan gereja untuk kaum muda. Dalam menghadapi perubahan pola komunikasi kaum muda di era digital, gereja perlu melakukan pendekatan yang lebih kontekstual, kreatif, dan strategis dalam menyampaikan pesan iman. Salah satu kunci utamanya adalah kontekstualisasi pesan iman dalam format digital. Pesan-pesan teologis, khususnya mengenai kebesaran dan kasih Allah, tidak lagi disampaikan hanya melalui mimbar atau tulisan panjang, melainkan dikemas dalam gaya visual dan bahasa yang akrab bagi generasi digital. Bentuk seperti video naratif singkat, *storytelling* visual, mikro khutbah berdurasi satu menit, hingga meme reflektif bernuansa spiritual menjadi sarana yang efektif untuk menjangkau hati dan pikiran kaum muda.

Selain bentuk pesan, penyajian yang mudah diakses dan dipahami menjadi aspek penting. Generasi muda, yang terbiasa dengan informasi cepat dan padat, cenderung lebih responsif terhadap konten yang singkat (1–3 menit), memiliki kekuatan visual tinggi, serta menggunakan narasi khas digital *native*. Konten semacam ini perlu dirancang dengan navigasi yang intuitif dan desain yang ramah perangkat *mobile* agar mampu menarik perhatian sekaligus memudahkan internalisasi pesan spiritual secara mendalam.

Lebih jauh, gereja juga didorong untuk terlibat dalam pembentukan dan pemberdayaan *influencer* Kristen muda. Mereka bukan hanya sebagai konsumen konten digital, tetapi juga dapat difasilitasi untuk menjadi produsen pesan iman. Dengan pelatihan media, bimbingan teologis, serta pendampingan dalam etika komunikasi digital, para pemuda ini dapat menjadi agen perubahan di ruang digital mereka sendiri. Keberadaan mereka di media sosial membuka peluang besar untuk menyampaikan Injil secara otentik, relevan, dan menjangkau komunitas sebaya yang lebih luas.

Pendekatan ini bertujuan menjawab kebutuhan kritis saat ini: agar pelayanan digital tidak sekadar strategi formalitas, melainkan praktik iman yang relevan, efektif, dan bermakna bagi generasi muda yang hidup dan mencari spiritualitas dalam dunia digital. Fokus penelitian Anda menjadi sangat penting karena membuka jalan bagi model pelayanan digital yang tidak hanya berorientasi teknologi, tetapi juga membumikkan Injil dalam konteks kulturel dan psikologis generasi muda Indonesia.

Strategi Komunikasi Pesan Iman yang Efektif bagi Kaum Muda

Pada era digital saat ini, dinamika komunikasi telah bergeser secara signifikan: pesan iman yang efektif bagi generasi muda tidak cukup disampaikan melalui format panjang atau

formal, melainkan lewat konten yang singkat, visual, dan interaktif. Pola konsumsi informasi kaum muda menunjukkan preferensi terhadap video pendek, infografis, dan *micro-content* seperti *reel* Instagram atau TikTok. Studi empiris mengungkap bahwa pesan spiritual dalam durasi singkat lebih mudah diterima oleh audiens muda. Misalnya, platform-video pendek memungkinkan penyampaian pesan rohani dalam format *storytelling* visual yang mampu membangun keterlibatan emosional sekaligus refleksi spiritual (Febrian, 2024). Konten tersebut menekankan identitas visual dan narasi otoritatif yang menunjang kredibilitas, menyajikan pesan iman secara efektif dan kontekstual.

Lebih lanjut, penggunaan media sosial sebagai sarana penginjilan juga menunjukkan pola hasil yang menjanjikan Generasi muda dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana memberitakan Injil (Tansi & Beriang, 2023, p. 37). Analisis kuantitatif global menyatakan bahwa *platform* media digital yang paling disukai generasi muda adalah yang menyediakan interaktivitas dan fleksibilitas akses, seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Riset menyimpulkan konten pendek dan interaktif terbukti meningkatkan keterlibatan pengguna muda dalam konteks penginjilan digital (Bocala-Wiedemann, 2022). Hal ini berarti penyajian pesan iman yang singkat dan mudah dipahami, baik visual maupun teks singkat, memiliki efektivitas lebih tinggi dibanding penyajian satu arah atau teks panjang.

Selanjutnya, pengembangan *influencer* Kristen sebagai agen perubahan dalam penjangkauan iman merupakan pendekatan strategis yang semakin relevan. Studi literatur terbaru menyoroti peran *influencer* Kristen sebagai jembatan antara gereja dan generasi muda digital. *Influencer* berfungsi memasuki ruang digital secara strategis, menyampaikan pesan spiritual melalui gaya komunikasi *native-platform*, serta menciptakan narasi spiritual yang otentik dan *relatable*. Penelitian berbasis studi literatur mendapati bahwa kreator rohani muda bisa menjadi pintu gerbang penginjilan dan pembinaan spiritual dalam ruang digital dengan fleksibilitas tinggi dan citra religius yang kuat (Gultom, 2023). Influencer ini memadukan komunikasi digital, apologetika ringan, dan *storytelling* rohani sehingga pesan iman tidak hanya tersampaikan, tetapi juga diinternalisasi orang muda.

Lebih lanjut, model digital *discipleship* yang berkembang selama pandemi dan pasca pandemi memperlihatkan bagaimana media sosial dan *platform* digital (WhatsApp, Zoom, Instagram) efektif dalam membina iman generasi muda. Penelitian kualitatif di kalangan pemimpin muda gereja menunjukkan bahwa digital *discipleship* berbasis social media membantu membangun komunitas rohani di ruang digital, meningkatkan motivasi spiritual, dan memberi dukungan konsisten melalui konten digital berkelanjutan (Darmawan et al., 2024). Model ini menekankan pendekatan mentor-mentee yang memanfaatkan berbagai format konten digital untuk mendukung pertumbuhan iman.

Berdasarkan gambaran tersebut, strategi komunikasi pesan iman yang efektif bagi kaum muda mencakup tiga hal utama. Pertama, konten singkat dan visual yang mudah diakses. Konten spiritual yang efektif harus berbentuk *micro-content* visual yang mudah diakses, seperti video berdurasi singkat (≤ 3 menit), teks naratif pendek, atau grafis visual. Pendekatan ini memperhitungkan keterbatasan waktu dan konsentrasi audiens muda serta kecenderungan konsumsi konten sangat cepat. Penyajian visual yang kuat, dengan narasi

storytelling atau simbol-simbol visual, mendorong refleksi iman yang lebih mendalam dan resonan (Ekoliesanto et al., 2022).

Kedua, interaktivitas dan format relevan *platform*. *Platform* digital yang digunakan harus sesuai dengan kebiasaan kaum muda, Instagram, TikTok, YouTube Shorts. Konten harus interaktif: memuat pertanyaan reflektif, polling singkat, tautan unduh bahan renungan, atau ajakan berdialog di komentar. Format ini menciptakan ruang dialog spiritual, bukan sekadar konsumsi pasif (Ekoliesanto et al., 2022).

Ketiga, peran strategis *influencer* Kristen muda. *Influencer* Kristen muda diposisikan sebagai figur komunikator iman yang relevan, kredibel, dan relatable. Mereka diberi pelatihan teologi dasar, teknik komunikasi digital, serta panduan etis untuk menyampaikan konten. *Influencer* ini menerjemahkan pesan iman ke dalam bahasa dan estetika digital yang dikenal serta dicontohkan oleh kaum muda (Hia, 2023). Melalui kolaborasi antara gereja dan *influencer*, pesan iman mengalir dua arah: dari gereja ke audiens, dan dari *influencer* ke komunitas digital mereka. Strategi ini bukan sekadar formalitas digital, tetapi pendekatan komunikasi iman yang *real-time*, responsif, dan reflektif terhadap budaya digital *modern*. Dengan kombinasi konten audiovisual yang ringkas, interaktif terhadap format milenial/Gen-Z, serta figur *influencer* yang menjalankan peran komunikasi otentik, pelayanan gereja menjadi lebih relevan, responsif, dan berdampak bagi generasi muda yang hidup dalam dunia digital.

Kesimpulan

Dalam era digital yang terus berkembang pesat, pelayanan gereja kepada kaum muda menuntut pendekatan yang adaptif, inovatif, dan kontekstual. Generasi muda sebagai digital *native* menunjukkan karakteristik unik dalam cara mereka mengakses informasi, berinteraksi sosial, serta membangun pemahaman spiritual. Oleh karena itu, strategi komunikasi iman yang efektif harus mampu menjembatani realitas digital ini dengan penyajian pesan rohani yang singkat, visual, mudah dipahami, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Pendekatan ini tidak sekadar memperpendek durasi pesan, tetapi mentransformasi konten rohani menjadi narasi digital yang bermakna, interaktif, dan partisipatif. Kontekstualisasi menjadi prinsip kunci, yakni menyampaikan kebenaran iman dalam bahasa, media, dan bentuk yang sesuai dengan budaya digital generasi muda, tanpa mengorbankan esensi teologis.

Lebih dari itu, kehadiran dan peran *influencer* Kristen menjadi komponen penting dalam model pelayanan digital masa kini. *Influencer* rohani bukan hanya komunikator pasif, tetapi agen pembentukan spiritual yang menjangkau audiens luas melalui pengaruh mereka di ruang digital. Kolaborasi strategis antara gereja dan *influencer* digital dapat memperluas jangkauan pelayanan, menghidupkan kembali semangat penginjilan, dan menghadirkan model pembinaan iman yang kontekstual. Dengan demikian, pelayanan gereja terhadap generasi muda di era digital tidak lagi terjebak pada pola lama yang eksklusif dan monoton, tetapi menjadi lebih inklusif, partisipatif, dan berdampak melalui pemanfaatan teknologi dan strategi komunikasi yang relevan dan bertanggung jawab secara teologis.

Daftar Pustaka

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Alfaridzi, G. R., Putri, E. M., & Sulistiasih, S. (2024). Sosial Media Effect terhadap Mental Health Adolescent di Tengah Transformasi Digital: Studi Komprehensif tentang Psikologis dan Risiko Terkait. *Observasi: Jurnal Publikasi Ilmu Psikologi*, 2(3), 202–222. <https://doi.org/10.61132/observasi.v2i3.491>
- Arifianto, Y. A., & Tiwa, J. F. (2024). Keberlanjutan Misiologi di Era Digital: Strategi Menjangkau Generasi Z di tengah Gelombang Revolusi Teknologi. *EPIGRAPHE: Jurnal Teologi Dan Pelayanan Kristiani*, 8(2).
- Banjarnahor, R., Barutu, S., & Damanik, D. (2025). Penerapan Teknologi Digital dalam Pembinaan Remaja Gereja di Era Modern. *Berkat: Jurnal Pendidikan Agama Dan Katolik*, 2(2), 45–57.
- Bocala-Wiedemann, T. J. (2022). Social Media as a Tool for Evangelism Among Youth and Young Adults. *Great Commission Research Journal*, 14(1), 19–34.
- Darmawan, I. P. A., Tanhidy, J., & Doma, Y. (2024). Youth key persons ' digital discipleship process during the pandemic and post-pandemic era. *HTS Teologiese Studies/Theological Studies*, 80(1), 1–8. <https://doi.org/10.4102/hts.v80i1.9673>
- Diana, R., Saptoini, S., Darmawan, I. P. A., Objantoro, E., & Katarina. (2023). Digital Media Usage for Christian Discipleship in Technological Disruption Era. *Proceedings of the International Conference on Theology, Humanities and Christian Education 2022 (ICONTHCE 2022)*, 216–223. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-160-9_24
- Ekoliesanto, Y. B., Santoso, S. A., & Claudia, A. (2022). Correlation between Church Digital Ministry and Semarang Baptist Youth's Spirituality. *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili Dan Pembinaan Warga Jemaat*, 6(1), 18–25. <https://doi.org/10.46445/ejti.v6i1.447>
- Febrian, H. (2024). Visualizing Authority: Rise of the Religious Influencers on the Instagram. *Sage Publications*, 10(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/20563051241286850>
- Gultom, J. M. P. (2023). Sinergitas Gereja dan Influencer Rohani dalam Pemulihan Gambar Diri Native Digital. *Jurnal Teologi Berita Hidup*, 5(2), 526–545. <https://doi.org/10.38189/jtbh.v5i2.245>
- Hia, L. J. (2023). Strategi Pelayanan Misi Gereja di Era Digital dan Integrasi Terhadap Generasi Zillenial. *Danum Pambelum: Jurnal Teologi Dan Musik Gereja*, 3(2), 187–198. <https://doi.org/10.54170/dp.v3i2.187>
- Kesuma, F. I. M., & Kalifia, A. D. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Tingkat Anxiety Pada Remaja : Sebuah Analisis Dengan Rapidminer. *MERDEKA: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 171–181.
- Kusni, M. (2024). Pemuridan Generasi Z di Era Digital: Peluang dan Tantangan. *Thoronus: Jurnal Teologi Kristen*, 1(2).
- Nani, N., Sirait, H., & Rahayu, E. (2025). Strategi Gereja Dalam Membangun Pelayanan

- Kontekstual Bagi Generasi Z Di Era Digital. *The Way: Jurnal Teologi Dan Kependidikan*, 11(1), 74–89. <https://doi.org/10.54793/teologi-dan-kependidikan.v11i1.197>
- Nole, O. A. (2023). Gereja dengan Model Hibrida: Sebuah Pendekatan Eklesiologi di Era Pasca Pandemi COVID-19. *Jurnal Teologi Dan Pelayanan Kerusso*, 8(2), 84–91. <https://doi.org/10.33856/kerusso.v8i2.305>
- Ostawa, O., Silitonga, A. R., & Marpay, B. (2023). Strategi Pelayanan Misi Kontekstual Terhadap Generasi Z Yang Percaya Dengan Memanfaatkan Teknologi Informasi Dan Komunikasi. *Predica Verbum: Jurnal Teologi Dan Misi*, 3(2), 109–121. <https://doi.org/10.51591/predicaverbum.v3i2.70>
- Priwati, A. R., & Helmi, A. F. (2021). The manifestations of digital literacy in social media among Indonesian youth. *HUMANITAS: Indonesian Psychological Journal*, 18(1), 14–23. <https://doi.org/10.26555/humanitas.v18i1.17337>
- Simamora, Y. M. (2024). Manajemen Pelayanan Kaum Muda. *Jurnal Teologi Vocatio Dei*, 6(1), 54–68. <https://doi.org/10.62926/jtvd.v6i1.67>
- Tansi, F. G., & Beriang, S. (2023). Minimnya Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Injil oleh Pemuda Kristen di Abad 21. *Jurnal Kala Nea*, 4(1), 37–50. <https://doi.org/10.61295/kalanea.v4i1.111>
- Tobi, O. R., Bubu, Y., Salmon, R., & Sagala, L. D. J. (2024). Strategi dan Metode Mengajar Anak Remaja Milenial. *Jurnal Kala Nea*, 4(2), 121–139. <https://doi.org/10.61295/kalanea.v4i2.131>
- Tomatala, Y. (2003). *Teologi Misi, Suatu Dogmatika Tentang Misi, Penginjilan dan Pertumbuhan Gereja*. YT Leadership Foundation.
- Tonis, D. S., Kii, S. I., & Bambangan, M. (2024). Peran Gereja dalam Membangun Identitas Rohani Generasi Pemuda di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Agama Dan Teologi*, 3(1), 10–20.
- Winarko, H. B. (2023). *Kecemasan Digital: Penggunaan Media Sosial dan Dampaknya terhadap Kesehatan Mental Remaja Indonesia*. 4(1), 12–19.
- Wiryaningsih, A. S., & Marbun, P. (2025). Transformasi Pelayanan Gereja dalam Era Digital: Studi Kasus di GBI Gradasi Bekasi. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 2(1), 1057–1067.
- Wiyono, S., Hanock, E. E., & Arwam, B. A. (2025). Strategi Misi Digital Berdasarkan Survei Penetrasi Internet 2024: Adaptasi Penggunaan Media Sosial Generasi Z. *REI MAI: Jurnal Ilmu Teologi Dan Pendidikan Kristen*, 3(1), 61–71. <https://doi.org/10.69748/jrm.v3i1.216>