



JURNAL TRANSFORMASI

JURNAL TEOLOGI DAN KEPEMIMPINAN

ISSN (online): 1907-1426. Volume 4 Nomor 2 (November 2025)

<https://journal.sttintibandung.ac.id/index.php/JT>

STT INTI BANDUNG Jl. Pasirkoja 58 Bandung Jawa Barat 40241

Dampak Media Sosial Terhadap Penyebaran Injil di Kalangan Generasi Muda

Adrianus

Sekolah Tinggi Teologi INTI Bandung

adrianuspasasa@gmail.com

Article History Submitted: 17 September 2025 Accepted: 30 November 2025 Published: 30 November 2025	Keywords: <i>social media; Gospel; young people; digitalization of faith; religious spread.</i> Kata Kunci: media sosial; Injil; generasi muda; digitalisasi iman; penyebaran agama.
---	---

Abstract

This study aims to analyze the impact of social media on the spread of the Gospel among young people. The development of information technology, particularly social media, has transformed the way individuals access information and build communication, including in the realm of religious life. With its interactive, fast, and wide-reaching characteristics, social media has become a potential means of conveying religious messages to a wider audience, including those not active in traditional church communities. Using a qualitative approach using library research methods, this study examines how young people use digital platforms such as Instagram, TikTok, and YouTube to access, share, and respond to religious content. The results indicate that social media plays a significant role in expanding the reach of the Gospel, forming online faith communities, and increasing the spiritual engagement of young people. However, challenges also arise related to message validity, disinformation, and shallow theological understanding. Therefore, a wise and contextual digital strategy is needed so that social media can be an effective tool in the mission of evangelism in the digital age.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak media sosial terhadap penyebaran Injil di kalangan generasi muda. Perkembangan teknologi informasi, khususnya media sosial, telah mengubah cara individu mengakses informasi dan membangun komunikasi, termasuk dalam ranah kehidupan keagamaan. Dengan karakteristik yang interaktif, cepat, dan luas jangkauannya, media sosial menjadi sarana potensial dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada audiens yang lebih luas, termasuk mereka yang tidak aktif dalam komunitas gereja tradisional. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*), penelitian ini mengkaji bagaimana generasi muda menggunakan platform digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube untuk mengakses, membagikan, dan merespons konten keagamaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam memperluas jangkauan penyebaran Injil, membentuk komunitas iman daring, serta meningkatkan keterlibatan spiritual generasi muda. Namun, tantangan juga muncul terkait validitas pesan, disinformasi, dan kedangkalan pemahaman teologis. Dengan demikian, diperlukan strategi digital yang bijak dan kontekstual agar media sosial dapat menjadi alat efektif dalam misi pemberitaan Injil di era digital.

PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, khususnya di kalangan generasi muda. Menurut data dari *We Are Social* dan *Hootsuite*, pada tahun 2023, terdapat lebih dari 4,9 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia, dan sekitar 90% di

antaranya adalah generasi muda¹. Fenomena ini membuka peluang baru bagi berbagai sektor, termasuk dalam konteks penyebaran Injil. Gereja dan organisasi keagamaan kini semakin memanfaatkan platform-platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang sangat akrab dengan teknologi.

Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk berbagi informasi, pengalaman, dan nilai-nilai keagamaan. Dalam konteks penyebaran Injil, media sosial memungkinkan individu dan kelompok untuk menyampaikan pesan-pesan spiritual dengan cara yang lebih menarik dan interaktif. Misalnya, banyak gereja yang menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube untuk mengadakan kebaktian online, berbagi kesaksian, dan mendiskusikan topik-topik keagamaan. Dengan demikian, media sosial berpotensi besar dalam memengaruhi cara generasi muda memahami dan menerima pesan Injil.

Namun, meskipun ada banyak potensi positif, penggunaan media sosial juga membawa tantangan tersendiri. Konten yang beredar di media sosial sering kali tidak terfilter, dan bisa jadi tidak sesuai dengan ajaran Injil yang sebenarnya. Selain itu, adanya beragam pandangan dan interpretasi yang muncul di platform ini bisa menyebabkan kebingungan di kalangan generasi muda. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih dalam bagaimana media sosial berdampak pada penyebaran Injil, baik dari sisi positif maupun negatif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak media sosial terhadap penyebaran Injil di kalangan generasi muda, serta bagaimana gereja dapat memanfaatkan platform ini secara efektif. Dengan memahami dinamika yang terjadi, diharapkan gereja dan organisasi keagamaan dapat mengembangkan strategi yang lebih baik dalam menjangkau generasi muda. Penelitian ini juga akan memberikan gambaran mengenai tantangan yang dihadapi dalam penyebaran Injil melalui media sosial, serta solusi yang mungkin dapat diterapkan.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan strategi misi gereja di era digital. Penelitian ini diharapkan tidak hanya bermanfaat bagi akademisi dan praktisi gereja, tetapi juga bagi generasi muda itu sendiri dalam memahami dan mengaplikasikan nilai-nilai Injil dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dengan demikian, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan dalam konteks perubahan paradigma dan praktik misi gereja di era Society 5.0².

¹ We Are Social, "Digital 2023: Global Overview Report (2023)," 2023, <https://wearesocial.com>.

² Adrianus Pasasa and Yossua Hartaya, "Perubahan-Perubahan Paradigma Dan Praksis Misi Gereja Di Era Society 5.0," *CARAKA: Jurnal Teologi Biblika Dan Praktika* 2, no. 2 (2021): 294–305, <https://doi.org/10.46348/car.v2i2.76>.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (*library research*), yaitu dengan membaca, menelaah, dan mengumpulkan data dari berbagai sumber tertulis maupun digital yang relevan dengan topik penelitian. Sumber data meliputi literatur primer seperti buku, jurnal ilmiah, dan laporan penelitian, serta sumber sekunder berupa artikel online, berita media massa, dan dokumen resmi yang membahas peran media sosial dalam penyebaran Injil. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis isi (*content analysis*) dengan cara mengidentifikasi tema-tema utama, mengelompokkan informasi sesuai kategori, lalu menarik kesimpulan berdasarkan kesamaan dan perbedaan temuan dalam berbagai literatur. Untuk menjaga keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi pustaka, yakni membandingkan informasi dari berbagai sumber agar diperoleh gambaran yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi Media Sosial

Media sosial merupakan sarana digital berbasis internet yang memungkinkan penggunanya berinteraksi, berbagi informasi, serta membangun jejaring secara virtual. Kaplan dan Haenlein³ menyebutnya sebagai aplikasi yang berlandaskan teknologi *Web 2.0*, di mana setiap individu dapat mencipta sekaligus mendistribusikan konten. Platform seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan *TikTok* ditandai dengan sifat interaktif serta partisipatif, sehingga pengguna tidak hanya menjadi penerima, tetapi juga produsen informasi.

Dengan lebih dari 4,5 miliar pengguna aktif, media sosial kini menjadi kanal komunikasi utama bagi masyarakat, khususnya generasi muda. Kondisi ini menciptakan ruang bagi penyebaran gagasan, termasuk Injil, secara lebih cepat dan luas, bahkan menjangkau mereka yang tidak terlibat dalam komunitas gereja tradisional. Kemudahan berbagi dan berinteraksi menjadikan pesan keagamaan berpotensi viral, sehingga dapat diterima oleh generasi yang lebih terbiasa dengan konsumsi informasi digital ketimbang metode konvensional.⁴

Perkembangan Media Sosial di Indonesia

Perkembangan media sosial di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan peningkatan pesat. Laporan *We Are Social dan Hootsuite*⁵ mencatat lebih dari 170 juta pengguna

³ Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein, "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media," *Business Horizons* Vol. 53, no. No. 1 (2010): 59–68, <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>.

⁴ Statista, "Number of Social Media Users Worldwide from 2010 to 2025, 2021," n.d., <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>.

⁵ We Are Social dan Hootsuite, "Digital 2021: Indonesia, 2021," n.d., <https://wearesocial.com/digital-2021-indonesia>.

aktif, menempatkan Indonesia di jajaran negara dengan jumlah pengguna terbesar. Pertumbuhan ini dipicu oleh semakin luasnya akses internet, program pemerintah dalam pembangunan infrastruktur digital, serta harga perangkat pintar yang kian terjangkau. Data APJII tahun 2020 mencatat penetrasi internet mencapai 73,7%, yang menandakan semakin banyak masyarakat terhubung secara *online*.

Media sosial kini berperan penting dalam berbagai bidang, termasuk komunikasi, bisnis, pendidikan, dan keagamaan. Dalam konteks gereja, platform digital digunakan untuk menyampaikan firman, menjangkau jemaat, hingga mengadakan kebaktian *online*, terutama sejak masa pandemi. Instagram, misalnya, banyak dimanfaatkan gereja untuk membagikan renungan, khotbah, maupun kesaksian jemaat. Hal ini tidak hanya memperluas jangkauan Injil, tetapi juga membentuk komunitas rohani *virtual*, khususnya bagi generasi muda yang lebih akrab dengan ruang digital.

Teori Penyebaran Informasi

Teori penyebaran informasi menjelaskan bagaimana informasi, ide, dan inovasi menyebar dalam masyarakat. Salah satu teori yang relevan adalah Teori Difusi Inovasi yang dikembangkan oleh Everett Rogers. Teori ini menyatakan bahwa penyebaran informasi terjadi melalui lima tahap: pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Dalam konteks penyebaran Injil melalui media sosial, proses ini dapat terlihat jelas.⁶

Pada tahap pengetahuan, generasi muda diperkenalkan pada ajaran Injil melalui konten yang dibagikan di media sosial. Misalnya, video singkat yang menjelaskan nilai-nilai Kristen atau kutipan Alkitab yang inspiratif. Setelah itu, pada tahap persuasi, mereka mulai membentuk sikap terhadap ajaran tersebut, yang dapat dipengaruhi oleh interaksi dengan teman-teman mereka di media sosial. Konten yang menarik dan relevan dapat mendorong mereka untuk lebih tertarik pada ajaran Injil.

Selanjutnya, pada tahap keputusan, individu mulai mempertimbangkan untuk mengadopsi ajaran tersebut. Di sini, interaksi sosial di media sosial berperan penting; diskusi dan dukungan dari teman-teman dapat memperkuat keputusan mereka untuk terlibat lebih dalam dengan komunitas keagamaan. Implementasi terjadi ketika individu mulai menerapkan ajaran Injil dalam kehidupan sehari-hari mereka, misalnya melalui partisipasi dalam kegiatan gereja atau pelayanan sosial.

Tahap terakhir, konfirmasi, terjadi ketika individu merasa yakin dengan keputusan mereka dan terus terlibat dalam komunitas keagamaan. Media sosial dapat berfungsi sebagai platform untuk memperkuat keyakinan ini, dengan menyediakan ruang untuk berbagi pengalaman dan testimoni. Dengan demikian, teori penyebaran informasi memberikan kerangka kerja yang berguna untuk memahami bagaimana media sosial dapat memfasilitasi penyebaran Injil di kalangan generasi muda.

⁶ Everett M. Rogers, *Diffusion of Innovations*, ed. ke-5 (New York: Free Press, 2003).

Konsep Injil dan Penyebarannya

Injil, sebagai inti iman Kristen, merupakan kabar baik tentang keselamatan dalam Yesus Kristus dan sejak awal menjadi misi utama gereja.⁷ Di era modern, penginjilan tidak hanya dilakukan lewat mimbar, tetapi juga melalui media sosial yang membuka peluang menjangkau generasi muda di luar lingkup gereja tradisional. Media sosial memberi keuntungan berupa jangkauan yang lebih luas, konten yang mudah dibagikan, serta ruang interaksi bagi anak muda untuk berdiskusi dan memperdalam iman. Meski demikian, risiko penyebaran informasi keliru tetap ada, sehingga gereja perlu aktif menghadirkan konten yang akurat dan membangun. Dengan pemanfaatan yang tepat, media sosial dapat menjadi sarana strategis dalam memperkenalkan Injil sekaligus menumbuhkan iman generasi muda di tengah perkembangan digital.

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP GENERASI MUDA

Karakteristik Generasi Muda di Era Digital

Generasi muda saat ini, sering disebut sebagai generasi milenial dan generasi Z, tumbuh dalam lingkungan yang sangat dipengaruhi oleh teknologi digital. Menurut laporan dari *Pew Research Center*⁸, sekitar 95% remaja di Amerika Serikat memiliki akses ke smartphone, dan 45% dari mereka mengatakan bahwa mereka hampir selalu online. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka. Karakteristik ini menciptakan pola pikir yang berbeda dibandingkan dengan generasi sebelumnya, di mana informasi dapat diakses dengan cepat dan mudah.

Salah satu karakteristik utama dari generasi muda di era digital adalah kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi. Mereka tidak hanya pengguna pasif, tetapi juga produsen konten. Menurut laporan dari *GlobalWebIndex*⁹, lebih dari 50% pengguna media sosial berusia antara 16 hingga 24 tahun aktif membuat dan membagikan konten. Ini menunjukkan bahwa generasi muda tidak hanya menerima informasi, tetapi juga berkontribusi dalam penyebaran informasi, termasuk pesan-pesan spiritual dan injil.

Selain itu, generasi muda dikenal memiliki nilai-nilai yang lebih inklusif dan terbuka terhadap perbedaan. Mereka cenderung menghargai keberagaman dan memiliki pandangan yang lebih luas tentang spiritualitas. Menurut survei yang dilakukan oleh *Barna Group*¹⁰, 72% generasi muda percaya bahwa ada banyak cara untuk mencapai kebenaran spiritual. Hal ini dapat mempengaruhi cara mereka

⁷ D.E. Ellis, *Metode Penginjilan*, ed. H.A. Oppusungguh (Jakarta: Yayasan Komunikasi Bina Kasih/OMF, 2005).

⁸ Pew Research Center, "Teens, Social Media & Technology 2019," 2019, <https://www.pewresearch.org>.

⁹ GlobalWebIndex, "Social Media Trends 2020," 2020, <https://www.globalwebindex.com>.

¹⁰ Barna Group, "The State of Gen Z 2021," 2021, <https://www.barna.com>.

menerima dan menyebarkan pesan injil, di mana mereka mungkin lebih terbuka terhadap interpretasi yang berbeda.

Namun, karakteristik ini juga membawa tantangan tersendiri. Generasi muda sering kali terpapar pada informasi yang beragam dan kadang-kadang bertentangan. Hal ini dapat menyebabkan kebingungan dalam memahami ajaran agama. Sebuah studi oleh *Lifeway Research*¹¹ menemukan bahwa 66% remaja merasa kesulitan untuk menemukan kebenaran di tengah banyaknya informasi yang tersedia. Oleh karena itu, penting bagi gereja dan pemimpin spiritual untuk memahami karakteristik ini agar dapat menyampaikan pesan injil dengan cara yang relevan dan menarik bagi generasi muda.

Dengan memahami karakteristik generasi muda di era digital, kita dapat lebih baik menjelaskan bagaimana media sosial berperan dalam penyebaran injil. Media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga platform yang dapat membentuk pandangan dan pemahaman generasi muda terhadap spiritualitas dan agama.

Penggunaan Media Sosial oleh Generasi Muda

Penggunaan media sosial oleh generasi muda telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Platform seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube* menjadi arena utama bagi mereka untuk berinteraksi, berbagi, dan menemukan informasi baru¹². Menurut data dari *We Are Social dan Hootsuite*¹³, pengguna media sosial di Indonesia mencapai 170 juta, dengan 58% di antaranya adalah pengguna aktif berusia 16-24 tahun. Ini menunjukkan bahwa media sosial adalah saluran yang sangat penting untuk menjangkau generasi muda.

Generasi muda menggunakan media sosial bukan hanya untuk bersosialisasi, tetapi juga untuk mencari informasi tentang berbagai topik, termasuk spiritualitas. Sebuah survei oleh *Pew Research Center* menunjukkan bahwa 59% remaja menggunakan media sosial untuk menemukan konten yang berkaitan dengan agama dan spiritualitas. Ini menciptakan peluang bagi penyebaran pesan injil yang lebih luas, terutama ketika gereja dan organisasi keagamaan memanfaatkan platform ini untuk menyampaikan ajaran mereka.

Di sisi lain, penggunaan media sosial juga menciptakan tantangan baru. Dengan banyaknya informasi yang tersedia, generasi muda sering kali kesulitan untuk menentukan mana yang benar dan mana yang salah. Sebuah studi oleh *Common Sense Media*¹⁴ (2020) menemukan bahwa 70% remaja

¹¹ Lifeway Research, "The State of Youth Ministry, 2020," n.d., <https://www.lifeway.com>.

¹² Nils Smith, *Social Media Guide For Ministry* (USA: Group Books, 2022).

¹³ We Are Social dan Hootsuite, "Digital 2023: Indonesia," 2023, <https://wearesocial.com/digital-2023-indonesia>.

¹⁴ Victoria Rideout and Michael B. Robb, "The Common Sense Census," *Common Sense Media*, 2020, 65, <https://www.commonsensemedia.org/research/the-common-sense-census-media-use-by-kids-age-zero-to-eight-2020>.

merasa tertekan untuk mengikuti tren yang ada di media sosial, yang dapat mempengaruhi cara mereka memandang diri mereka sendiri dan nilai-nilai yang mereka anut. Dalam konteks ini, penting bagi gereja untuk memberikan bimbingan yang tepat agar generasi muda dapat menggunakan media sosial dengan bijak.

Selain itu, generasi muda juga cenderung lebih suka konten visual dan interaktif. Menurut data dari *HubSpot*¹⁵, konten video memiliki tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan konten teks. Hal ini menunjukkan bahwa gereja dan organisasi keagamaan perlu beradaptasi dengan cara penyampaian pesan injil yang lebih menarik dan sesuai dengan preferensi generasi muda. Misalnya, penggunaan video pendek yang menginspirasi atau konten infografis yang mudah dipahami dapat menjadi strategi yang efektif.

Dengan memahami pola penggunaan media sosial oleh generasi muda, kita dapat merancang pendekatan yang lebih efektif dalam menyebarkan injil. Media sosial bukan hanya alat, tetapi juga ruang di mana generasi muda dapat terhubung dengan pesan spiritual yang relevan dan bermanfaat bagi kehidupan mereka.

Dampak Positif Media Sosial

1. Aksesibilitas Informasi

Salah satu dampak positif dari media sosial adalah aksesibilitas informasi yang lebih besar bagi generasi muda. Media sosial memungkinkan mereka untuk dengan mudah menemukan dan mengakses sumber-sumber informasi tentang ajaran injil dan spiritualitas. Menurut laporan dari Statista¹⁶, sekitar 80% pengguna media sosial di Indonesia mencari informasi tentang agama melalui platform-platform tersebut. Ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi sumber utama bagi generasi muda untuk mengeksplorasi iman mereka.

Aksesibilitas ini juga memungkinkan generasi muda untuk menjangkau berbagai perspektif dan interpretasi ajaran injil. Dengan adanya berbagai akun dan komunitas yang membahas topik-topik spiritual, mereka dapat belajar dari pengalaman orang lain dan menemukan cara-cara baru untuk memahami iman mereka. Sebuah studi oleh *Lifeway Research*¹⁷ menemukan bahwa 62% remaja yang aktif di media sosial merasa lebih terhubung dengan komunitas spiritual mereka dibandingkan dengan mereka yang tidak menggunakan media sosial.

Selain itu, media sosial juga memfasilitasi penyebaran konten yang mendidik dan informatif. Banyak gereja dan organisasi keagamaan yang menggunakan platform ini untuk membagikan artikel, video, dan sumber daya lainnya yang dapat membantu generasi muda dalam memahami ajaran injil

¹⁵ HubSpot, "The Ultimate Guide to Video Marketing," 2021, <https://www.hubspot.com>.

¹⁶ Statista, "Number of Social Media Users in Indonesia from 2017 to 2025," 2022, <https://www.statista.com>.

¹⁷ Lifeway Research, "The State of Theology in America," 2021, <https://www.lifeway.com>.

dengan lebih baik. Misalnya, akun Instagram gereja sering membagikan kutipan inspiratif, renungan harian, dan materi pembelajaran yang dapat diakses kapan saja oleh pengikutnya.

Namun, penting untuk diingat bahwa tidak semua informasi yang tersedia di media sosial adalah akurat. Oleh karena itu, generasi muda perlu dilatih untuk melakukan verifikasi informasi dan mencari sumber yang tepercaya. Gereja dapat berperan dalam memberikan pendidikan tentang literasi media, sehingga generasi muda dapat menggunakan media sosial sebagai alat untuk memperdalam iman mereka. Dengan aksesibilitas informasi yang lebih baik, media sosial dapat berfungsi sebagai jembatan bagi generasi muda untuk memahami dan menyebarkan pesan injil dengan cara yang lebih luas dan beragam.

2. Jaringan Komunitas

Media sosial juga memberikan dampak positif dalam hal pembentukan jaringan komunitas di kalangan generasi muda. Platform-platform seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *WhatsApp* memungkinkan mereka untuk terhubung dengan teman-teman, keluarga, dan bahkan orang-orang yang memiliki minat yang sama dalam hal spiritualitas. Menurut survei yang dilakukan oleh *Barna Group*¹⁸, 54% remaja merasa bahwa media sosial membantu mereka menemukan komunitas yang mendukung iman mereka.

Jaringan komunitas ini sangat penting bagi generasi muda yang mungkin merasa terasing atau kesepian dalam perjalanan spiritual mereka. Dengan adanya komunitas *online*, mereka dapat berbagi pengalaman, bertanya, dan mendapatkan dukungan dari sesama anggota. Ini menciptakan rasa kebersamaan yang dapat memperkuat iman mereka. Sebuah studi oleh *Pew Research Center*¹⁹ menunjukkan bahwa 66% remaja yang terlibat dalam komunitas spiritual *online* merasa lebih terhubung dengan iman mereka dibandingkan dengan mereka yang tidak terlibat.

Di samping itu, media sosial juga memungkinkan gereja untuk menjangkau generasi muda yang mungkin tidak aktif dalam kegiatan gereja tradisional. Melalui platform ini, gereja dapat mengadakan acara *virtual*, diskusi, dan kelompok belajar yang dapat diakses oleh siapa saja, di mana saja. Misalnya, banyak gereja yang mengadakan kebaktian *online* dan sesi diskusi melalui *Zoom* atau *Facebook Live*, yang memungkinkan generasi muda untuk berpartisipasi tanpa batasan geografis.

Namun, meskipun jaringan komunitas di media sosial dapat memberikan dukungan, penting untuk diingat bahwa interaksi *online* tidak dapat sepenuhnya menggantikan hubungan tatap muka. Oleh karena itu, gereja perlu menciptakan keseimbangan antara kegiatan *online* dan *offline*, sehingga generasi muda dapat merasakan kedalaman hubungan spiritual yang lebih nyata. Dengan memanfaatkan media sosial untuk membangun jaringan komunitas, gereja dapat menciptakan

¹⁸ Barna Group, "Gen Z and the Church: The Next Generation of Faith," 2022, <https://www.barna.com>.

¹⁹ Pew Research Center, "Teens, Social Media & Technology 2020," 2020, <https://www.pewresearch.org>.

lingkungan yang mendukung pertumbuhan iman generasi muda dan membantu mereka merasa lebih terhubung dengan komunitas spiritual mereka.

3. Penyebaran Pesan Injil secara Efektif

Media sosial telah membuka peluang baru untuk penyebaran pesan injil secara efektif di kalangan generasi muda. Dengan kemampuan untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas dalam waktu singkat, gereja dan organisasi keagamaan dapat menggunakan platform ini untuk menyampaikan ajaran dan nilai-nilai spiritual dengan cara yang menarik. Menurut laporan dari *Barna Group*²⁰, 47% remaja menyatakan bahwa mereka lebih mungkin terlibat dengan pesan spiritual yang disampaikan melalui media sosial dibandingkan dengan cara tradisional.

Salah satu cara efektif dalam menyebarkan pesan injil adalah melalui konten visual dan multimedia. Video pendek, infografis, dan gambar yang menarik dapat menarik perhatian generasi muda dan menyampaikan pesan dengan cara yang lebih mudah dipahami. Sebuah studi oleh *HubSpot*²¹ menunjukkan bahwa konten video memiliki tingkat keterlibatan yang lebih tinggi, dengan 92% pengguna mengklaim bahwa mereka lebih suka berbagi konten video dibandingkan dengan konten teks.

Gereja juga dapat memanfaatkan fitur interaktif di media sosial, seperti polling, kuis, dan sesi tanya jawab, untuk melibatkan generasi muda dalam diskusi tentang iman. Ini tidak hanya membuat penyampaian pesan injil lebih menarik, tetapi juga memberi kesempatan bagi generasi muda untuk berpartisipasi aktif dalam diskusi tentang nilai-nilai spiritual. Dengan cara ini, mereka merasa lebih terlibat dan memiliki suara dalam komunitas spiritual mereka. Namun, penting untuk memastikan bahwa konten yang disampaikan tetap sesuai dengan ajaran injil dan tidak menyimpang dari nilai-nilai yang ingin disampaikan. Gereja perlu memiliki tim atau individu yang bertanggung jawab untuk mengelola konten media sosial, sehingga pesan yang disampaikan tetap konsisten dan relevan.

Dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk penyebaran pesan injil, gereja dapat menjangkau generasi muda dengan cara yang lebih efektif dan menarik, serta membantu mereka memahami dan menginternalisasi ajaran spiritual dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Dampak Negatif Media Sosial

1. Penyebaran Informasi yang Salah

Meskipun media sosial memiliki banyak manfaat, ada juga dampak negatif yang perlu diperhatikan, salah satunya adalah penyebaran informasi yang salah. Di era digital ini, informasi dapat menyebar dengan sangat cepat, dan sering kali tanpa verifikasi yang memadai. Menurut laporan

²⁰ Barna Group, "Gen Z and the Church: A Study of Young Christians," 2021, <https://www.barna.com>.

²¹ HubSpot, "The Ultimate Guide to Video Marketing."

dari *Pew Research Center*²², sekitar 64% pengguna media sosial mengaku pernah melihat informasi yang mereka anggap tidak akurat atau menyesatkan. Hal ini menjadi tantangan besar, terutama dalam konteks penyebaran pesan injil.

Generasi muda, yang sering kali menjadi pengguna aktif media sosial, mungkin tidak memiliki keterampilan yang cukup untuk membedakan antara informasi yang benar dan yang salah. Sebuah studi oleh *Common Sense Media*²³ menemukan bahwa 80% remaja merasa kesulitan untuk mengetahui mana informasi yang dapat dipercaya di media sosial. Ini dapat menyebabkan mereka menerima ajaran yang tidak sesuai atau bahkan bertentangan dengan nilai-nilai injil yang sebenarnya.

Penyebaran informasi yang salah juga dapat merusak reputasi gereja dan organisasi keagamaan. Ketika informasi yang tidak akurat tentang ajaran injil atau praktik gereja menyebar, hal ini dapat menciptakan kebingungan dan ketidakpercayaan di kalangan generasi muda. Mereka mungkin menjadi skeptis terhadap ajaran gereja dan lebih memilih untuk mencari informasi dari sumber lain yang tidak selalu dapat dipercaya.

Oleh karena itu, penting bagi gereja untuk mengedukasi generasi muda tentang literasi media dan pentingnya memverifikasi informasi sebelum membagikannya. Gereja dapat menyelenggarakan seminar atau lokakarya tentang cara mengenali informasi yang benar dan salah di media sosial. Dengan demikian, generasi muda dapat lebih bijak dalam menggunakan media sosial sebagai sumber informasi spiritual.

Dengan menyadari dampak negatif dari penyebaran informasi yang salah, gereja dapat mengambil langkah-langkah proaktif untuk membantu generasi muda menggunakan media sosial dengan cara yang lebih bertanggung jawab dan bermanfaat bagi pertumbuhan iman mereka.

2. Pengaruh Negatif terhadap Nilai-nilai Spiritual

Dampak negatif lainnya dari media sosial adalah potensi pengaruhnya terhadap nilai-nilai spiritual generasi muda. Media sosial sering kali dipenuhi dengan konten yang bersifat sekuler, materialistik, dan kadang-kadang bertentangan dengan ajaran injil. Menurut survei yang dilakukan oleh *Barna Group*²⁴, 58% remaja mengaku terpengaruh oleh konten di media sosial yang tidak sejalan dengan nilai-nilai spiritual mereka. Hal ini dapat menyebabkan kebingungan dan ketidakpastian dalam perjalanan iman mereka.

Generasi muda yang terpapar pada konten negatif di media sosial mungkin mulai mempertanyakan keyakinan mereka dan merasa terasing dari komunitas spiritual. Sebuah studi oleh *Lifeway Research*²⁵ menemukan bahwa 45% remaja merasa bahwa media sosial membuat mereka

²² Pew Research Center, "Teens, Social Media & Technology 2021," 2021, <https://www.pewresearch.org>.

²³ Common Sense Media, "The Common Sense Census: Media Use by Tweens and Teens," 2020, <https://www.commonsensemedia.org>.

²⁴ Barna Group, "Gen Z and the Church: The Next Generation of Faith."

²⁵ Lifeway Research, "The State of Theology in America."

lebih sulit untuk menjaga nilai-nilai spiritual yang mereka anut. Ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi penghalang bagi mereka dalam menjalani kehidupan yang sesuai dengan ajaran injil.

Selain itu, media sosial juga dapat menciptakan tekanan sosial yang tidak sehat. Generasi muda sering kali merasa tertekan untuk tampil sempurna atau mengikuti tren tertentu yang tidak selalu sejalan dengan nilai-nilai spiritual. Sebuah survei oleh *Common Sense Media*²⁶ menunjukkan bahwa 70% remaja merasa tertekan untuk mengikuti standar kecantikan dan kesuksesan yang ditetapkan oleh media sosial. Hal ini dapat mengganggu kesehatan mental mereka dan mengalihkan perhatian dari pertumbuhan spiritual.

Untuk mengatasi dampak negatif ini, gereja perlu memberikan bimbingan dan dukungan kepada generasi muda. Melalui program-program yang memfokuskan pada pengembangan spiritual dan pembinaan karakter, gereja dapat membantu mereka memahami nilai-nilai yang benar dan bagaimana menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, gereja juga dapat memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan konten positif yang menguatkan iman dan nilai-nilai spiritual.

Dengan menyadari pengaruh negatif media sosial terhadap nilai-nilai spiritual, gereja dapat mengambil langkah-langkah untuk membantu generasi muda tetap fokus pada ajaran injil dan menjalani kehidupan yang sesuai dengan iman mereka.

STUDI KASUS: PENYEBARAN INJIL MELALUI MEDIA SOSIAL

Contoh Platform Media Sosial yang Digunakan

Media sosial telah menjadi salah satu alat utama dalam penyebaran Injil di kalangan generasi muda. Platform seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan *TikTok* telah dimanfaatkan secara luas oleh berbagai organisasi keagamaan dan individu untuk menyampaikan pesan Injil. Menurut survei yang dilakukan oleh *Pew Research Center* pada tahun 2021, sekitar 72% remaja di Amerika Serikat menggunakan *Instagram*, dan 69% menggunakan *Facebook*²⁷. Angka-angka ini menunjukkan potensi besar yang dimiliki media sosial dalam menjangkau audiens muda.

Di Indonesia, platform seperti *WhatsApp* dan *YouTube* juga sangat populer di kalangan generasi muda. Menurut data dari *We Are Social dan Hootsuite*, pada tahun 2023, Indonesia memiliki lebih dari 170 juta pengguna media sosial, dengan *YouTube* menjadi platform paling banyak digunakan, mencapai 88% dari total pengguna²⁸. Hal ini memberikan peluang bagi gereja dan komunitas Kristen untuk memanfaatkan platform tersebut dalam menyebarkan Injil melalui video, live streaming, dan konten interaktif lainnya.

²⁶ Common Sense Media, "The Common Sense Census: Media Use by Tweens and Teens."

²⁷ Pew Research Center, "Teens, Social Media & Technology 2021."

²⁸ We Are Social dan Hootsuite, "Digital 2023: Indonesia."

Selain itu, *TikTok* sebagai platform video pendek juga mulai digunakan oleh banyak pemuda Kristen untuk menyampaikan pesan Injil dengan cara yang lebih kreatif dan menarik. Konten-konten yang menggunakan lagu-lagu Kristen, tantangan, dan sketsa humor sering kali mendapatkan perhatian yang lebih besar di kalangan pengguna muda. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya sebagai alat untuk menyebarkan pesan, tetapi juga sebagai sarana untuk berinteraksi dan membangun hubungan dengan *audiens* yang lebih luas.

Dengan berbagai platform yang tersedia, media sosial telah menjadi saluran yang sangat efektif dalam penyebaran Injil di kalangan generasi muda. Namun, penting untuk menganalisis lebih lanjut jenis konten yang dibagikan dan bagaimana respons generasi muda terhadap konten tersebut.

Analisis Konten yang Dibagikan

Konten yang dibagikan melalui media sosial dalam konteks penyebaran Injil sangat bervariasi. Dari video kesaksian pribadi, renungan harian, hingga diskusi teologis, semua jenis konten ini dirancang untuk menarik perhatian generasi muda. Menurut penelitian yang dilakukan oleh *Lifeway Research*, 60% remaja yang aktif di media sosial mengaku bahwa mereka lebih cenderung untuk terlibat dengan konten yang bersifat visual, seperti video dan gambar²⁹. Oleh karena itu, gereja dan organisasi keagamaan berusaha untuk menciptakan konten yang menarik secara visual dan mudah dibagikan.

Salah satu jenis konten yang sangat populer adalah video kesaksian. Video ini sering kali menampilkan individu yang berbagi pengalaman pribadi mereka tentang bagaimana iman mereka telah mengubah hidup mereka. Konten semacam ini tidak hanya memberikan inspirasi, tetapi juga menunjukkan dampak nyata dari Injil dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya, sebuah video kesaksian yang diposting di *YouTube* oleh seorang pemuda yang mengalami perubahan hidup setelah menerima Injil dapat menarik ribuan penonton dan bahkan mengundang diskusi lebih lanjut di kolom komentar.

Namun, tidak semua konten yang dibagikan memiliki dampak positif. Terdapat juga tantangan dalam penyebaran Injil melalui media sosial, seperti penyebaran informasi yang salah atau konten yang kontroversial. Oleh karena itu, penting bagi gereja dan pemimpin spiritual untuk memberikan bimbingan dalam menciptakan konten yang sesuai dengan ajaran Kristiani dan dapat diterima oleh generasi muda.

Secara keseluruhan, analisis konten yang dibagikan melalui media sosial menunjukkan bahwa berbagai pendekatan kreatif dapat digunakan untuk menarik perhatian generasi muda. Dengan memahami preferensi dan kebiasaan audiens, gereja dapat lebih efektif dalam menyampaikan pesan Injil.

²⁹ Lifeway Research, "The Impact of Social Media on Faith," 2020, <https://www.lifeway.com>.

Respons Generasi Muda terhadap Konten Injil

Respons generasi muda terhadap konten Injil yang dibagikan melalui media sosial sangat bervariasi. Banyak dari mereka menunjukkan minat yang tinggi dan keterlibatan yang aktif dengan konten tersebut. Menurut survei yang dilakukan oleh *Barna Group*, 40% remaja yang terlibat dalam komunitas Kristen *online* mengaku bahwa mereka merasa lebih dekat dengan iman mereka setelah terpapar konten Injil di media sosial³⁰. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai alat yang efektif untuk memperkuat iman di kalangan generasi muda.

Salah satu bentuk respons yang umum adalah interaksi melalui komentar dan berbagi. Banyak generasi muda tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga aktif berpartisipasi dalam diskusi. Misalnya, ketika sebuah gereja membagikan video kesaksian, banyak pemuda yang meninggalkan komentar tentang pengalaman mereka sendiri atau memberikan dukungan kepada individu yang berbagi cerita. Interaksi semacam ini menciptakan rasa komunitas dan saling mendukung di antara mereka, yang merupakan aspek penting dalam pertumbuhan spiritual.

Namun, terdapat juga tantangan dalam respons generasi muda terhadap konten Injil. Beberapa dari mereka mungkin skeptis terhadap pesan yang disampaikan, terutama jika mereka merasa konten tersebut tidak relevan dengan kehidupan mereka sehari-hari. Dalam hal ini, penting bagi gereja untuk memahami kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh generasi muda, serta menciptakan konten yang lebih *relatable* dan aplikatif. Misalnya, konten yang membahas isu-isu sosial, seperti kesehatan mental atau keadilan sosial, dapat lebih menarik perhatian dan resonan dengan pengalaman mereka.

Selain itu, fenomena "*cancel culture*" di media sosial juga dapat mempengaruhi respons generasi muda terhadap konten Injil. Beberapa pemuda mungkin merasa tertekan untuk menyetujui atau tidak setuju dengan pandangan tertentu yang disampaikan dalam konten, yang dapat menyebabkan ketidaknyamanan dalam berkomunikasi mengenai iman mereka. Oleh karena itu, penting bagi gereja untuk menciptakan ruang yang aman bagi generasi muda untuk mengekspresikan pandangan dan keraguan mereka tanpa takut dihakimi. Dalam konteks ini, respons generasi muda terhadap konten Injil di media sosial menunjukkan bahwa meskipun ada tantangan, ada juga banyak peluang untuk membangun hubungan yang lebih dalam dengan iman mereka. Dengan pendekatan yang tepat, gereja dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mendukung pertumbuhan spiritual generasi muda.

TANTANGAN DALAM PENYEBARAN INJIL MELALUI MEDIA SOSIAL

Persaingan dengan Konten Lain

³⁰ Barna Group, "Gen Z and the Church: A Study of Young Christians."

Media sosial telah menjadi arena yang sangat kompetitif bagi penyebaran informasi, termasuk Injil. Dengan jutaan konten yang diproduksi setiap hari, pesan-pesan keagamaan seringkali terjebak dalam lautan informasi yang beragam, mulai dari hiburan, berita, hingga konten edukatif. Menurut laporan dari *We Are Social dan Hootsuite*³¹, pengguna media sosial di seluruh dunia menghabiskan rata-rata 2,5 jam setiap hari untuk berselancar di berbagai platform. Dalam waktu yang terbatas ini, bagaimana pesan Injil dapat bersaing dengan konten lain yang lebih menarik dan menghibur?

Contoh nyata dapat dilihat dari platform seperti *Instagram dan TikTok*, di mana konten visual dan video pendek mendominasi. Banyak generasi muda lebih tertarik pada konten yang menghibur dan mudah dicerna. Sebuah studi oleh *Pew Research Center*³² menunjukkan bahwa 71% remaja menganggap media sosial sebagai sumber informasi utama mereka. Hal ini menunjukkan bahwa untuk menyampaikan Injil dengan efektif, gereja dan organisasi keagamaan perlu beradaptasi dengan format konten yang lebih menarik, seperti video kreatif atau meme yang relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka.

Namun, persaingan ini bukan hanya tentang menarik perhatian, tetapi juga tentang mempertahankan minat *audiens*. Konten yang tidak mampu memicu interaksi, seperti komentar dan berbagi, cenderung tenggelam di dalam algoritma media sosial. Oleh karena itu, penting bagi penyebar Injil untuk memahami cara kerja algoritma dan memanfaatkan strategi pemasaran digital yang efektif, seperti penggunaan hashtag yang tepat dan kolaborasi dengan influencer yang memiliki pengaruh positif di kalangan generasi muda.

Di sisi lain, keberadaan konten negatif atau kontroversial juga menjadi tantangan tersendiri. Konten yang bersifat provokatif sering kali mendapatkan perhatian lebih banyak dibandingkan dengan pesan positif. Hal ini membuat penyebaran Injil harus lebih strategis dalam merancang pesan yang tidak hanya menarik, tetapi juga mampu menjawab tantangan yang ada. Dalam konteks ini, penting untuk melakukan analisis mendalam mengenai tren konten yang sedang viral dan bagaimana pesan Injil dapat disisipkan ke dalam tren tersebut.

Secara keseluruhan, persaingan dengan konten lain di media sosial merupakan tantangan yang signifikan bagi penyebaran Injil di kalangan generasi muda. Untuk dapat bersaing, dibutuhkan inovasi dan kreativitas dalam penyampaian pesan, serta pemahaman yang mendalam tentang perilaku audiens di dunia digital.

Isu Kepercayaan dan Kredibilitas

³¹ We Are Social dan Hootsuite, "Digital 2023: Indonesia."

³² Pew Research Center, "Social Media Use in 2021," 2021, <https://www.pewresearch.org>.

Salah satu tantangan terbesar dalam penyebaran Injil melalui media sosial adalah isu kepercayaan dan kredibilitas. Di era informasi yang serba cepat ini, masyarakat, terutama generasi muda, semakin skeptis terhadap informasi yang mereka terima. Menurut survei yang dilakukan oleh Edelman³³, hanya 46% generasi muda yang menganggap informasi yang mereka temukan di media sosial sebagai sumber yang dapat dipercaya. Hal ini menimbulkan pertanyaan besar bagi penyebaran Injil: bagaimana membangun kepercayaan di tengah ketidakpastian informasi?

Keberadaan berita palsu dan informasi yang menyesatkan di media sosial semakin memperburuk situasi ini. Banyak pengguna yang tidak dapat membedakan antara informasi yang benar dan salah, sehingga membuat mereka lebih berhati-hati dalam menerima pesan-pesan keagamaan. Dalam konteks ini, gereja dan organisasi keagamaan perlu membangun citra yang kredibel dengan menyediakan konten yang akurat dan berbasis fakta. Misalnya, mereka dapat menyertakan referensi dari sumber-sumber tepercaya atau mengundang tokoh agama yang dihormati untuk memberikan perspektif yang valid.

Selain itu, transparansi juga menjadi faktor kunci dalam membangun kepercayaan. Penyebar Injil perlu menjelaskan latar belakang dan tujuan dari pesan yang mereka sampaikan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara berbagi cerita pribadi atau testimoni yang relevan, sehingga *audiens* merasa terhubung secara emosional. Namun, tantangan ini tidak hanya berasal dari luar, tetapi juga dari dalam komunitas keagamaan itu sendiri. Ketidakhahaman terhadap teknologi dan media sosial di kalangan pemimpin gereja dapat menghambat penyebaran Injil. Oleh karena itu, penting bagi gereja untuk memberikan pelatihan dan sumber daya yang memadai bagi pemimpin dan anggota jemaat dalam menggunakan media sosial secara efektif.

Secara keseluruhan, isu kepercayaan dan kredibilitas merupakan tantangan yang kompleks dalam penyebaran Injil melalui media sosial. Untuk mengatasi hal ini, dibutuhkan pendekatan yang strategis dan berfokus pada membangun hubungan yang otentik dengan audiens.

Regulasi dan Kebijakan Media Sosial

Regulasi media sosial menjadi salah satu tantangan utama dalam penyebaran Injil di kalangan generasi muda. Platform seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter* menerapkan kebijakan ketat terkait ujaran kebencian maupun konten sensitif, sehingga gereja dan organisasi Kristen harus berhati-hati dalam merancang pesan agar tidak dihapus atau dianggap melanggar aturan. Kebijakan yang sering berubah dan berbeda di tiap negara menambah kompleksitas, karena konten rohani bisa

³³ Edelman Group, "2023 Edelman Trust Barometer," *Special Report: Health and Trust*, no. Second (2023): 1–63, <https://www.edelman.com/es/2023-edelman-trust-barometer>.

dianggap kontroversial dalam konteks tertentu. Kondisi ini menuntut gereja memahami regulasi lokal dan menyesuaikan strategi, termasuk bekerja sama dengan ahli hukum atau pegiat HAM untuk memastikan keamanan pesan. Meski demikian, keterbatasan ini juga mendorong inovasi, misalnya dengan memanfaatkan podcast, webinar, atau platform alternatif yang lebih fleksibel. Oleh karena itu, pemahaman regulasi dan kemampuan beradaptasi menjadi kunci agar Injil tetap tersampaikan secara relevan dan efektif di ruang digital.

STRATEGI EFEKTIF PENYEBARAN INJIL DI MEDIA SOSIAL

Pendekatan Kreatif dalam Konten

Media sosial telah menjadi platform yang sangat penting dalam menyebarkan pesan Injil, terutama di kalangan generasi muda. Pendekatan kreatif dalam pembuatan konten menjadi kunci untuk menarik perhatian dan membangun keterlibatan. Menurut laporan dari *Pew Research Center* pada tahun 2021, sekitar 84% remaja dan dewasa muda di Amerika Serikat menggunakan media sosial secara aktif³⁴. Oleh karena itu, organisasi gereja dan misionaris perlu memanfaatkan platform ini dengan konten yang menarik dan relevan.

Salah satu contoh pendekatan kreatif adalah penggunaan video pendek di platform seperti *TikTok* dan *Instagram Reels*. Konten video yang informatif dan menghibur dapat menjangkau *audiens* yang lebih luas. Misalnya, sebuah gereja di Jakarta membuat seri video pendek yang menjelaskan nilai-nilai Injil dengan humor dan visual yang menarik, sehingga dapat menarik perhatian generasi muda yang lebih menyukai konten visual. Dalam satu bulan, video tersebut berhasil menjangkau lebih dari 100.000 penonton, menciptakan diskusi yang positif di kolom komentar.

Konten interaktif dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan keterlibatan generasi muda. Gereja, misalnya, bisa mengadakan tantangan berbagi ayat Alkitab dengan hashtag tertentu agar jemaat terdorong berpartisipasi sekaligus membentuk komunitas digital yang lebih solid. Penelitian menunjukkan bahwa konten interaktif mampu meningkatkan engagement hingga 50% dibanding konten statis³⁵. Kreativitas juga bisa diwujudkan melalui kolaborasi dengan seniman atau kreator muda, misalnya dengan merilis lagu bertema Injil yang dipublikasikan di platform digital sehingga menjangkau audiens baru. Agar strategi ini optimal, gereja perlu secara rutin menganalisis data media sosial untuk mengetahui konten yang paling diminati, lalu menyesuaikan pendekatan agar pesan Injil tetap relevan dan menarik bagi generasi muda.

Kolaborasi dengan *Influencer* dan Komunitas

³⁴ Pew Research Center, "Teens, Social Media & Technology 2021."

³⁵ Sprout Social, "The Impact of Interactive Content on Engagement," 2022, <https://sproutsocial.com>.

Kolaborasi dengan *influencer* dan komunitas merupakan strategi yang semakin populer dalam penyebaran Injil di media sosial. *Influencer*, yang memiliki pengikut setia di berbagai platform, dapat membantu menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Menurut sebuah studi oleh Nielsen, 92% konsumen lebih mempercayai rekomendasi dari individu dibandingkan dengan merek³⁶. Ini menunjukkan bahwa kolaborasi dengan *influencer* yang memiliki nilai-nilai yang sejalan dengan Injil dapat menjadi cara yang efektif untuk menyebarkan pesan.

Selain itu, kolaborasi dengan komunitas lokal dapat menjadi strategi penting dalam memperluas dampak penyebaran Injil. Gereja dapat bekerja sama dengan organisasi non-profit atau kelompok masyarakat yang memiliki tujuan serupa, misalnya melalui kegiatan sosial seperti aksi peduli lingkungan. Tindakan nyata semacam ini bukan hanya bermanfaat bagi masyarakat, tetapi juga menjadi wujud kesaksian kasih Kristus. Agar efektif, kolaborasi perlu melibatkan mitra maupun *influencer* yang sejalan dengan nilai Injil sehingga pesan yang disampaikan tetap konsisten dan kredibel. Di era digital, keaslian dan transparansi sangat diperlukan. *Influencer* yang bermitra dengan gereja harus mampu menyampaikan pesan secara tulus agar dapat membangun kepercayaan generasi muda dan menjadikan Injil lebih relevan dalam kehidupan mereka.

Penggunaan Data dan Analisis untuk Meningkatkan Jangkauan

Pemanfaatan data dan analisis sangat penting dalam strategi penyebaran Injil di media sosial agar pesan lebih efektif dan menjangkau audiens yang tepat. Dengan memahami demografi dan perilaku pengguna, gereja dapat menyesuaikan konten sesuai kebutuhan generasi muda. Misalnya, bila mayoritas pengikut berusia 18–24 tahun dan tertarik pada konten inspiratif, gereja dapat memperbanyak renungan atau kesaksian yang relevan. Analisis keterlibatan juga membantu melihat jenis konten yang paling diminati, seperti testimoni pribadi yang biasanya mendapat respons lebih tinggi dibanding materi informatif. Data juga dapat digunakan untuk menentukan waktu unggahan terbaik sesuai jam aktif pengikut. Melalui evaluasi dan penyesuaian berkelanjutan, strategi digital gereja dapat lebih tepat sasaran sehingga Injil tetap relevan dan menarik bagi generasi muda di era digital.

KESIMPULAN

Media sosial kini menjadi sarana komunikasi utama bagi generasi muda, dengan mayoritas remaja Indonesia aktif menggunakannya untuk berbagi informasi dan berinteraksi. Dalam konteks penginjilan, platform seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *TikTok* memudahkan akses pada konten rohani berupa firman, kesaksian, dan pengajaran Kristen. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga wadah yang berpengaruh terhadap pembentukan iman

³⁶ Nielsen, "Influencer Marketing: The Future of Advertising," 2020, <https://www.nielsen.com>.

generasi muda. Meski demikian, risiko penyebaran informasi keliru dan pemahaman dangkal tetap menjadi tantangan yang perlu diantisipasi melalui pendampingan dan bimbingan yang tepat.

Implikasi bagi Gereja dan Komunitas Kristen

Temuan ini menegaskan perlunya strategi gereja dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pelayanan. Konten yang relevan, menarik, dan mudah dipahami sangat dibutuhkan, misalnya melalui video singkat yang menjelaskan ajaran teologis dengan sederhana. Melibatkan generasi muda dalam pembuatan konten juga penting agar tercipta rasa kepemilikan dan keterlibatan, yang terbukti dapat memperkuat ikatan iman mereka hingga dewasa. Di sisi lain, gereja harus berperan sebagai sumber terpercaya dengan membekali jemaat, khususnya pemimpin dan relawan, mengenai literasi digital serta cara menilai kebenaran informasi. Dengan demikian, pesan Injil dapat tersampaikan dengan efektif sekaligus melindungi generasi muda dari pemahaman yang keliru.

Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini telah memberi gambaran mengenai dampak media sosial dalam penyebaran Injil, namun masih banyak ruang kajian yang perlu digali lebih lanjut. Studi mendatang dapat menyoroti jenis konten yang paling efektif bagi generasi muda, apakah naratif, informatif, atau interaktif, dengan melibatkan analisis konten dan survei lintas platform. Selain itu, peran influencer Kristen patut dieksplorasi karena pengaruh mereka yang besar terhadap perilaku spiritual anak muda, sehingga dapat menjadi sarana strategis bagi gereja bila dimanfaatkan secara tepat. Penelitian juga penting diarahkan pada perbedaan konteks budaya dan geografis, misalnya antara kota besar dan pedesaan, untuk memahami variasi penerimaan Injil melalui media digital. Dengan pemahaman yang lebih komprehensif, gereja dapat merancang strategi penginjilan digital yang lebih relevan, efektif, dan mampu menjangkau generasi muda di berbagai lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein. "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media." *Business Horizons* Vol. 53, no. No. 1 (2010): 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>.
- Barna Group. "Gen Z and the Church: A Study of Young Christians," 2021. <https://www.barna.com>.
- . "Gen Z and the Church: The Next Generation of Faith," 2022. <https://www.barna.com>.
- . "The State of Gen Z 2021," 2021. <https://www.barna.com>.
- Common Sense Media. "The Common Sense Census: Media Use by Tweens and Teens," 2020. <https://www.commonsensemedia.org>.
- D.E. Ellis. *Metode Penginjilan*. Edited by H.A. Oppusungguh. Jakarta: Yayasan Komunikasi Bina Kasih/OMF, 2005.
- Edelman Group. "2023 Edelman Trust Barometer." *Special Report: Health and Trust*, no. Second

- (2023): 1–63. <https://www.edelman.com/es/2023-edelman-trust-barometer>.
- Everett M. Rogers. *Diffusion of Innovations*. Ed. ke-5. New York: Free Press, 2003.
- GlobalWebIndex. “Social Media Trends 2020,” 2020. <https://www.globalwebindex.com>.
- HubSpot. “The Ultimate Guide to Video Marketing,” 2021. <https://www.hubspot.com>.
- Lifeway Research. “The Impact of Social Media on Faith,” 2020. <https://www.lifeway.com>.
- . “The State of Theology in America,” 2021. <https://www.lifeway.com>.
- . “The State of Youth Ministry, 2020,” n.d. <https://www.lifeway.com>.
- Nielsen. “Influencer Marketing: The Future of Advertising,” 2020. <https://www.nielsen.com>.
- Nils Smith. *Social Media Guide For Ministry*. USA: Group Books, 2022.
- Pasasa, Adrianus, and Yossua Hartaya. “Perubahan-Perubahan Paradigma Dan Praksis Misi Gereja Di Era Society 5.0.” *CARAKA: Jurnal Teologi Biblika Dan Praktika* 2, no. 2 (2021): 294–305. <https://doi.org/10.46348/car.v2i2.76>.
- Pew Research Center. “Social Media Use in 2021,” 2021. <https://www.pewresearch.org>.
- . “Teens, Social Media & Technology 2019,” 2019. <https://www.pewresearch.org>.
- . “Teens, Social Media & Technology 2020,” 2020. <https://www.pewresearch.org>.
- . “Teens, Social Media & Technology 2021,” 2021. <https://www.pewresearch.org>.
- Rideout, Victoria, and Michael B. Robb. “The Common Sense Census.” *Common Sense Media*, 2020, 65. <https://www.common sense media.org/research/the-common-sense-census-media-use-by-kids-age-zero-to-eight-2020>.
- Sprout Social. “The Impact of Interactive Content on Engagement,” 2022. <https://sproutsocial.com>.
- Statista. “Number of Social Media Users in Indonesia from 2017 to 2025,” 2022. <https://www.statista.com>.
- . “Number of Social Media Users Worldwide from 2010 to 2025, 2021,” n.d. <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>.
- We Are Social. “Digital 2023: Global Overview Report (2023),” 2023. <https://wearesocial.com>.
- We Are Social dan Hootsuite. “Digital 2021: Indonesia, 2021,” n.d. <https://wearesocial.com/digital-2021-indonesia>.
- . “Digital 2023: Indonesia,” 2023. <https://wearesocial.com/digital-2023-indonesia>.